

**eFFECTIVE**

Advertising is communication  
Marketing is destination

SEPTEMBER  
2015

# ADCOM

Vol. 1 Issue 8

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Price: ₹ 50/-

INSIDE OUTSIDE  
AD WORLD

സിനിമയേക്കാൾ

എനിക്കിഷ്ടം പരസ്യം

ഭാവന

പരസ്യലോകം മാറ്റിമറിക്കാൻ

ചെറിയ ബിൽബോർഡുകൾ

ബിസിനസ്സിനായി

ഫേസ്ബുക്ക്

മലയാളസിനിമ എങ്ങോട്ട്

കഥയും സിനിമയും

• MODELING • INSPIRING IDEAS • STUDENTS' CORNER • SOFTWARE



ഇനി വാർത്തയുടെ  
സ്പന്ദനങ്ങൾ തൊട്ടറിയാം



blackswanindia.com

നവീകരിച്ച മാധ്യമം മൊബൈൽ ആപ്



ആൻഡ്രോയ്ഡ്



വിൻഡോസ്



ഐ.ഒ.എസ്

ഓഫ്ലൈൻ റീഡിങ് സൗകര്യം | ഫോൺ വലുപ്പം ക്രമീകരിക്കാം | പുതിയ മെനു | പുഷ് നോട്ടിഫിക്കേഷൻ  
നിങ്ങളുടെ സ്മാർട്ട്ഫോണിൽ സൗജന്യമായി ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യുന്നതിന് സന്ദർശിക്കൂ:  
ഗൂഗിൾ പ്ലേ സ്റ്റോർ / വിൻഡോസ് സ്റ്റോർ / ആപ്പ് സ്റ്റോർ

facebook.com/Madhyamam

**മാധ്യമം**

മാറുന്ന കാലം, മാറാത്ത മൂല്യം

ലോകമന്വേഷിക്കുന്ന  
സേവനങ്ങൾ നിങ്ങളുടേതാകാം

സൗജന്യം  
സമഗ്രം

10 ലക്ഷത്തിൽപ്പരം സന്ദർശകർ  
2.5 ലക്ഷം സേവനങ്ങൾ

അന്വേഷണങ്ങൾ  
വിരൽത്തുമ്പിൽ

1500 വിഭാഗങ്ങളായി സേവനങ്ങളും  
/ സീമാപനങ്ങളും

ലോഗോ, ഫോട്ടോ, ഇ-ബ്രോഷർ  
എന്നിവ അപ്ലോഡ് ചെയ്യൂ...

സീമാപനത്തിന്റേയോ സേവനത്തിന്റേയോ വിവരങ്ങൾ നൽകു  
സൗജന്യമായി

പ്രീമിയം പാക്കേജ്

അന്വേഷണങ്ങൾ

അനായാസം

Call

**QuickKerala.com**  
Powered by [manoramaonline.com](http://manoramaonline.com)

0481 2222222, 6452134

support@quickerkerala.com

നേടൂ മികച്ച റെസ്പോൺസ്

Chief Editor  
**Mathew K. Mulamoottil**

Associate Editor  
**Batten Bose**

Sub Editors  
**Jyothis Mary John**  
**Divya Joseph**

Advisory Board  
**Thekkinkadu Joseph**  
**Dr. K.S. David**, M.A, M.P.S.W.(TISS), Ph.D  
**Prof. Josy Joseph**  
**Joshy George**  
**Somie**

Marketing Division  
**Vilsu Mathew**

Marketing Associate &  
Event Co-ordinator  
**Asif Ali Komu**

Illustration/Layout  
**Sreeni Purackattu**  
**Abhijith C.K.**

Office Administration  
**Mini S. Nair**

Marketing Office:  
Effective Publications, Mughal Palace Bldg  
Collectorate P.O., Kottayam - 2 , Kerala, India  
Ph: 08593 998705, 093881 53029  
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:  
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road  
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

 effectiveadcom/posts  
 9846057461  
 /effective.adcom  
 /effective.adcom



## ആമുഖം

### ഈ ഓണം നമ്മെ എന്തു പഠിപ്പിച്ചു?

പരസ്യങ്ങളുടെ പൂക്കളങ്ങൊരുക്കി ഓഫറുകളുടെ വിഭവ സമൃദ്ധമായ സദ്യയൊരുക്കി ഒരു ഓണം കൂടി കടന്നു പോകുന്നു. ഓരോ ആഘോഷങ്ങളും നിരവധി പാഠങ്ങളും നമ്മെ പഠിപ്പിച്ചുകൊണ്ടാണ് കടന്നു പോകുന്നത്.

അനുഭവങ്ങളിൽനിന്നും പാഠങ്ങൾ പഠിക്കുവാൻ ശീലിച്ചവർക്ക് പലതും പഠിക്കുവാനും ഉൾക്കൊള്ളുവാനും ലഭിക്കുന്നു.

ഈ ഓണക്കാലം പരസ്യലോകം എങ്ങനെ കൈകാര്യം ചെയ്തു എന്ന വിഷയത്തിൽ മീഡിയ സയൻസിൽ വിദഗ്ദ്ധനായ പ്രൊഫ.ജോസി ജോസഫിന്റെ വിശകലനങ്ങൾ ഈ ലക്കത്തിൽ വായിക്കാം. പരസ്യസൃഷ്ടികളിൽ നാം എവിടെ നിൽക്കുന്നു എന്ന് വിമർശനാത്മകമായി ചിന്തിക്കുകയാണിവിടെ.

കൂടാതെ ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിലെ ലോകശ്രദ്ധ നേടിയ പരീക്ഷണങ്ങൾ, മീഡിയ, സാങ്കേതിക രംഗങ്ങളിൽ ഉണ്ടാകുന്ന മുന്നേറ്റങ്ങൾ തുടങ്ങി പരസ്യമേഖലയെ സ്നേഹിക്കുന്നവർ അവശ്യം അറിഞ്ഞിരിക്കേണ്ട നിരവധി വിഭവങ്ങളും ഓണസമ്മാനമായി ആഡ്കോം വായനക്കാർക്ക് സമർപ്പിക്കുന്നു.

ചീഫ് എഡിറ്റർ

All rights reserved. Views exposed by the writers are not necessarily those of the effective publications or the editor or the publisher and they accept no responsibility for them. All objections, disputes, differences, claims & proceedings are subject to Kottayam jurisdiction.

Cover: ഭാവന  
Photo: Anil Kumar

# ഉള്ളടക്കം

Vol. 1 | Issue 8 | September 2015



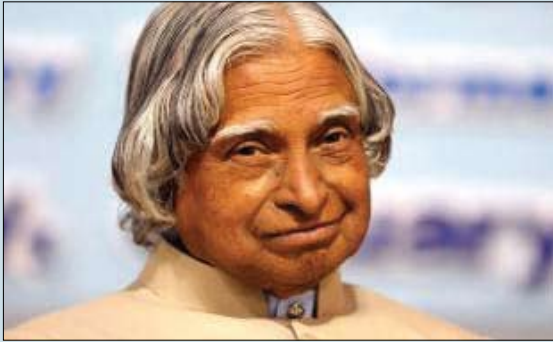
- 09 EDITORIALS OF THE MONTH
- 10 പരസ്യലോകം മാറ്റിമറിക്കാൻ ചെറിയ ബിൽബോർഡുകൾ
- 12 സിനിമയേക്കാൾ എനിക്കിഷ്ടം പരസ്യം - ഭാവന
- 16 ചിങ്ങമാസം വന്നു ചേർന്നാൽ മലയാളി മനസ്സുകൾ സ്വന്തമാക്കും
- 20 THEATRE  
പി. ജെ. ആന്റണി എന്ന നാടക പ്രതിഭ
- 23 സക്സസ് പിരമിഡ്  
അവിശ്വസനീയമായ നേട്ടം കൊയ്ത ചന്ദ്രിക സോപ്പ്
- 28 ഫോട്ടോഗ്രഫി
- 30 INSPIRING IDEAS
- 32 LUX Origin of the Product
- 35 BURGER KING

- 36 കരിയർ ഗൈഡൻസ്
- 38 STUDENTS' CORNER
- 40 പ്രിന്റിംഗ്
- 42 മലയാള സിനിമ എങ്ങോട്ട് കഥയും സിനിമയും
- 46 ബിസിനസ്സിനായി ഫേസ്ബുക്ക്
- 49 മോഡലിംഗ്
- 50 SOFTWARE
- 52 NEW ARRIVALS
- 53 FASHION
- 54 COLUMNIST  
പ്രശസ്ത കോപ്പി റൈറ്റർ സോമി എഴുതുന്നു



## എ. പി. ജെ. അബ്ദുൾ കലാം

ഇന്ത്യയുടെ മിസൈൽമാൻ, സാധാരണക്കാരന്റെ പ്രസിഡന്റ് തുടങ്ങി നിരവധി വിശേഷണങ്ങൾക്ക് ഉടമയായ മഹാപ്രതിഭയാണ് അദ്ദേഹം. പക്ഷേ ജൈനാലബ് ദീൻ അബ്ദുൾ കലാം എന്ന എ. പി. ജെ. അബ്ദുൾ കലാം. സാധാരണക്കാരനായി ജനിച്ച സാധാരണക്കാരനായി ജീവിച്ച് അസാധാരണ പ്രാഗത്ഭ്യംകൊണ്ട് ഇന്ത്യൻ ജനതയുടെ ഹൃദയത്തിൽ സ്ഥാനം പിടിച്ച അബ്ദുൾ കലാം ജൂലൈ 27 ന് ദിവംഗതനായി. ഷില്ലോണിലെ ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മാനേജ്മെന്റിൽ പ്രസിഡൻ്റ് ഹൃദയാഘാതമുണ്ടായി കഴുത്തു വീഴുകയായിരുന്നു. ഉടൻ തന്നെ ആശുപത്രിയിലെത്തിച്ചെങ്കിലും ആ മഹാപ്രതിഭയെ മരണം കൈപിടിച്ചുകൊണ്ടു പോയി. ഇന്ത്യൻ യുവജനതയെ ഇത്ര ആഴത്തിൽ സ്പർശിച്ച ഒരു വ്യക്തി അടുത്ത കാലത്തെങ്ങും ഉണ്ടായിട്ടില്ല. ബഹിരാകാശ ഗവേഷണരംഗത്ത് ധാരാളം സംഭാവനകൾ നൽകിയിരുന്നെങ്കിലും അദ്ദേഹം എന്നും അദ്ധ്യാപനവൃത്തിയിൽ കൂടുതൽ തല്പരനായിരുന്നു. ഇന്ത്യ വികസിപ്പിച്ചെടുത്ത ബാലിസ്റ്റിക് മിസൈലിലും, ലോഞ്ചിംഗ് വെഹിക്കിളിലും കലാമിന്റെ കൈയ്യൊപ്പ്



പതിഞ്ഞിരുന്നു. വിദ്യാർത്ഥികളുമായി എന്നും സംവദിക്കാൻ ആവേശം കാണിച്ചിരുന്ന കലാം നിരവധി വിദ്യാലയങ്ങൾ സന്ദർശിച്ച് കുട്ടികൾക്ക് പ്രചോദനമായിട്ടുണ്ട്. ബഹുമുഖപ്രതിഭ എന്ന നിലയിൽ അറിയപ്പെട്ടിരുന്ന കലാം നല്ലൊരു എഴുത്തുകാരനുമായിരുന്നു. 'വിങ്ങ് ഓഫ് ഫയർ' എന്ന ഒരു പുസ്തകം മാത്രം മതി ആ എഴുത്തുകാരന്റെ ശക്തി മനസ്സിലാക്കാൻ. രാജ്യത്തിനു വേണ്ടി ചെയ്ത സേവനങ്ങൾക്ക് ആദരവെന്നോണം 1997 ൽ അദ്ദേഹത്തിന് ഭാരതരത്ന നൽകി രാജ്യം ആദരിച്ചു. തമിഴ്നാട്ടിലെ രാമേശ്വരത്തെ മണ്ണിൽ പിച്ച് വെച്ചു വളർന്ന കലാമിന്റെ അന്ത്യവിശ്രമവും അതേ മണ്ണിലാണ്.

## പറവൂർ ഭരതൻ

നാടകരംഗത്തു നിന്നും വന്ന് വില്ലനായും പിന്നീട് സ്വഭാവനടനായും ഹാസ്യ നടനായും മലയാള സിനിമയിൽ നിറഞ്ഞു നിന്ന പറവൂർ ഭരതൻ ഓർമ്മയായി. വാർദ്ധക്യസഹജമായ അസുഖത്തെ തുടർന്ന് ഏറെ നാളായി വിശ്രമത്തിലായിരുന്നു. ഓഗസ്റ്റ് 18 ന് പുലർച്ചെ സ്വന്തമായി വെച്ചായിരുന്നു മരണം. നാടകത്തിന്റെ തിരശ്ശീലയിൽ നിന്നും ചലച്ചിത്രത്തിന്റെ വെള്ളിവെളിച്ചത്തേക്ക് ഭരതൻ എത്തിയത് 1960കളിലായിരുന്നു. നാടകത്തിൽ നിന്നും ലഭിച്ച അനുഭവസമ്പത്ത് തുടക്കം മുതലേ സിനിമയിലും അദ്ദേഹത്തിന് മുതൽക്കൂട്ടായി. പുഷ്പിണി എന്ന നാടകത്തിൽ ജൻമിയുടെ വേഷത്തിലൂടെയാണ് ഭരതൻ തന്റെ നാടക സപര്യക്ക് തുടക്കമിട്ടത്. പിന്നീട്, രക്തബന്ധം എന്ന സിനിമയിലൂടെയാണ് ഇദ്ദേഹം ചലച്ചിത്രരംഗത്ത് പദമുനിയത്. വ്യത്യസ്ത വേഷങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന ഇരുത്തം വന്ന ഒരു നടനാണ് പിന്നീട് ഭരതനിലൂടെ മലയാള സിനിമലോകം കണ്ടത്. വില്ലൻ വേഷങ്ങളിലും സ്വഭാവ നടനായും ഇദ്ദേഹം നിറഞ്ഞു നിന്നിരുന്നെങ്കിലും അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഹാസ്യരസപ്രധാനമായ കഥാപാത്രങ്ങളാണ് മലയാളികൾക്ക് എന്നും പ്രിയങ്കരമായത്. ഗോഡ്ഫാ



ദർ, ജൂനിയർ മാൻഡ്രേക്ക്, അനിയത്തിപ്രാവ്, മാനത്തെ കൊട്ടാരം, മേലേപറമ്പിൽ ആൺവീട്, ഇൻ ഹരിഹർനഗർ, മഴവിൽക്കാവടി തുടങ്ങി നിരവധി സിനിമകളിൽ ശ്രദ്ധേയമായ വേഷങ്ങൾ ഇദ്ദേഹം കൈകാര്യം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. 2009 - ൽ പുറത്തിറങ്ങിയ ചങ്ങാതിക്കൂട്ടം എന്ന സിനിമയിലും, പരേതന്റെ പരിവേഷങ്ങൾ എന്ന ഹ്രസ്വചിത്രത്തിലുമാണ് അവസാനമായി അഭിനയിച്ചത്.



## കേരള ടൂറിസത്തിന് പാറ്റാഗോൾഡ്



പസഫിക് ഏഷ്യ ട്രാവൽ അസോസിയേഷന്റെ പാറ്റാഗോൾഡ് പുരസ്കാരത്തിന് കേരള ടൂറിസത്തിന്റെ മുസിരിസ് പദ്ധതി അർഹമായി. ഹെറിറ്റേജ് വിഭാഗത്തിൽ പെടുന്നതാണീ പദ്ധതി. ഇതിന്റെ പ്രത്യേകതകളും പരിപാലനമാതൃകയും പ്രാദേശികസമൂഹത്തിലുണ്ടാക്കുന്ന പ്രതികരണവുമൊക്കെ പരിഗണിച്ചാണ് പുരസ്കാരം. മക്കാവു ഗവൺമെന്റ് ടൂറിസം ഓഫീസ് സ്പോൺസർ ചെയ്യുന്നതാണ്

പാറ്റാഗോൾഡ്. എറണാകുളം ജില്ലയിലെ നോർത്ത് പറവൂർ മുതൽ തൃശ്ശൂരിലെ കൊടുങ്ങല്ലൂർ വരെ നീളുന്ന പുരാതന നഗരത്തിന്റെ പുനർനിർമ്മാണ പദ്ധതിയായ മുസിരിസിനു ലഭിച്ച അംഗീകാരമാണ് പുരസ്കാരമെന്ന് ടൂറിസം മന്ത്രിയായ എ.പി അനിൽകുമാർ പറഞ്ഞു. സെപ്തംബർ എട്ടിന് ബെംഗളൂരുവിലെ പാറ്റാ ട്രാവൽ മാർട്ടിൽ വച്ച് പുരസ്കാരങ്ങൾ വിതരണം ചെയ്യും.

## ബാങ്കുകൾ കെ.വൈ.സി കർശനമായി നിരീക്ഷിക്കും

ഇനി മുതൽ ബാങ്കുകൾ സാമ്പത്തിക ഇടപാടുകൾക്ക് മുൻപായി ക്രെഡിറ്റ് റേറ്റിംഗിനോടൊപ്പം തന്നെ കെ.വൈ.സി.യും (Know Your Customer) പരിശോധിച്ചുറപ്പ് വരുത്തും. എന്നാലിവ ഏതെങ്കിലും തരത്തിൽ തെറ്റാണെന്ന് തെളിഞ്ഞാൽ വായ്പ ലഭിക്കില്ല. അതായത് കെ.വൈ.സി സ്കോർ തൃപ്തികരമല്ലെങ്കിൽ ബാങ്കിടപാടുകൾക്കായി ഇനി മുതൽ ബുദ്ധിമുട്ടേണ്ടി വരുമെന്നു സാരം. നിലവിൽ മറ്റ് ധനകാര്യസ്ഥാപനങ്ങളും ക്രെഡിറ്റ് ബ്യൂറോകളുടെ സഹായത്താലാണ് അംഗങ്ങളുടെ വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്നതും മുൻകാലവായ്പാ തിരിച്ചടവുൾപ്പെടെയുള്ള കാര്യങ്ങൾ പഠിക്കുന്നതും അതിനനുസൃതമായ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതും. എന്നാൽ വിലാസസംബന്ധമായ പ്രശ്നങ്ങൾ നിലവിലുള്ളപ്പോൾ ഇത് പ്രയോഗി കമല്ല. ഇത്തരത്തിലുള്ള തെറ്റായ നിഗമനങ്ങൾ വായ്പയെടുത്തവരിൽ നിന്നുള്ള പണം തിരിച്ചു പിടിക്കലി



നെയും അവർക്കെതിരെ നടപടികൾ സ്വീകരിക്കുന്നതിനെയും പ്രതികൂലമായി ബാധിക്കുന്നു. ഇത് കണക്കിലെടുത്താണ് വിലാസം, ജനനത്തീയതി, മുതലായ കാര്യങ്ങൾ കൃത്യമാണെന്ന് ഉറപ്പു വരുത്തുന്നത്. വിലാസം ജനനത്തീയതി തുടങ്ങിയ അടിസ്ഥാനവിവരങ്ങൾ തെറ്റായിരുന്നാലും രേഖപ്പെടുത്താതിരുന്നാലും വായ്പ നിഷേധിക്കപ്പെടും.

## NEWS

## സൗജന്യ അപ്ഗ്രേഡുമായി വിൻഡോസ് 10



വിൻഡോസ് ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റത്തിന്റെ ഏറ്റവും പുതിയ പതിപ്പായ വിൻഡോസ് 10 ഉപയോക്താക്കളിലേക്കെത്തുന്നു. മൊബൈൽ അധിഷ്ഠിത സൗകര്യങ്ങളിൽ ആകൃഷ്ടരാകുന്ന പുതുതലമുറയെ വിൻഡോസിലേക്ക് തിരിച്ചു വിളിക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യം കൂടിയിട്ടുണ്ട് ഇതിനു പിന്നിൽ. ഇന്ത്യ ഉൾപ്പെടെ 190 രാജ്യങ്ങളിൽ ഇതു ലഭ്യമാകും. കമ്പ്യൂട്ടറിനും ടാബ് ലെറ്റിനുമുള്ള സിസ്റ്റമാണ് ഇതാദ്യം എത്തുക. റാസ്പ് ബെറി പൈ, എക്സ് ബോക്സ് വൺ, ഹോളോലെൻസ് തുടങ്ങി പതിനായിരത്തിലധികം ഉപകരണങ്ങളിൽ വിൻഡോസ് ടെന്നിന്റെ സേവനം ലഭ്യമാകും.

ഏറ്റവും പുതിയ വെബ് ബ്രൗസറായ എഡ്ജ്, ഓൺ ലൈൻ അസിസ്റ്റന്റ് കോർട്ട്സാനായുടെ ഡസ്ക് ടോപ്പ് പതിപ്പ്, എക്സ് ബോക്സ് ആപ്പ് എന്നിവ വിൻഡോസ് ടെന്നിന്റെ സവിശേഷതകളിൽ പെടുന്നു. ഇതിൽ കോർട്ടാനാ ശരിയായ വിവരം കൃത്യസമയത്ത് കണ്ടെത്താൻ സഹായിക്കും അതുപോലെ തന്നെ പുതിയ മൈക്രോസോഫ്റ്റ് എഡ്ജ് ബ്രൗസർ വായന, മാർക്ക് അപ്, വെബ് ഷെയർ എന്നിവ വളരെ ലളിതമാക്കുന്നു. വിൻഡോസ് 7, 8.1 ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റം ഉപയോഗിക്കുന്നവർക്ക് അനായാസം വിൻഡോസ് പതിപ്പിലേക്കു മാറാവുന്നതാണ്. ഇത് തികച്ചും സൗജന്യമാണ്. വിൻഡോസ് സ്റ്റോറിൽ പുതിയ ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റത്തിനു വേണ്ടിയുള്ള പുതിയ ആപ്ലിക്കേഷൻ സ്വീകരിച്ചു തുടങ്ങി.





# NEWS

## കാലാപാനിയിൽ ഓണാഘോഷം



തൃശൂർ: ഇന്ത്യൻ സ്വാതന്ത്ര്യസമരത്തിന്റെ ദേശീയസ്‌മാരകമായി നിലകൊള്ളുന്ന ആൻഡമാൻ നിക്കോബാർഐലന്റിലെ കാലാപാനി എന്നറിയപ്പെടുന്ന സെല്ലുലർ ജയിലിനു മുൻപിൽ ടോംയാസ് പരസ്യഏജൻസി ഉടമ തോമസ് പാവറട്ടിയുടെ നേതൃത്വത്തിൽ ഓണപ്പൂക്കളമിട്ടു. ജയിൽ അധികൃതരിൽ നിന്ന് ലഭിച്ച പ്രത്യേക അനുമതിപ്രകാരമാണ് തീവ്രസുരക്ഷ ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള സെല്ലുലർ ജയിലിൽ പൂക്കളമിടുവാൻ സാധിച്ചത്.

ഇന്ത്യൻ സ്വാതന്ത്ര്യസമരത്തിൽ പങ്കെടുത്ത് കാലാപാനിയിൽ ജയിൽവാസമനുഷ്ഠിച്ച മലയാളികളടക്കമുള്ള ധാരാളം ധീരരക്തസാക്ഷികളുടെ സചിത്രവിവരണം ഇവിടെ പ്രദർശിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്.



ഓണപ്പൂക്കളമിടുന്ന തോമസ് പാവറട്ടി



### പ്രതികരണങ്ങൾ

അറിവ് പകരാനുള്ളതാണ്. ശരിയായ അറിവ് നൽകുന്നതോടെ ആഡ്കോം കരുത്ത് പകരുന്നത് ഒട്ടനവധി പുതിയ സംരംഭകർക്കാണ്. നവാഗതർക്ക് നൽകാൻ പറ്റുന്ന ഏറ്റവും മികച്ച സമ്മാനം തന്നെയാണ് ആഡ്കോം. എല്ലാവിധ ആശംസകളും നേർന്നുകൊണ്ട്

**ജോജി പി. ജോൺ**  
ad-vance media, Kochi

പരസ്യങ്ങളെ പാടെ അവഗണിക്കാനാണ് ഞാൻ എന്നും താല്പര്യം കാണിച്ചിരുന്നത്. എന്നാൽ ഒരു ട്രെയിൻ യാത്രയിൽ വെച്ചാണ് ആഡ്കോം എന്റെ കൈയിലെത്തുന്നത്. പരസ്യങ്ങളെന്താണെന്നും അതിനു പിന്നിലെ

കലാകാരൻമാരേയും ആഡ്കോം പരിചയപ്പെടുത്തി തരുന്നു. വൈവിധ്യമേറിയ പല വിഷയങ്ങളും ആഡ്കോം വായനക്കാരിലെത്തിക്കുന്നുണ്ട്. ഇനിയും മുന്നേറാനുള്ള ഊർജം ഈശ്വരൻ നൽകട്ടെയെന്ന് ആശംസിക്കുന്നു

**ദാമോദരൻ പിള്ള**  
ആമ്പല്ലൂർ, തൃശൂർ

പരസ്യലോകത്തെ അറിവിന്റെ മുത്തുകൾ വാരി വായനക്കാർക്ക് നൽകുന്ന ആഡ്കോമിന് ആശംസകൾ. പുതുമകൾ തേടി അലയുന്ന ആഡ്കോമിന്റെ അണിയറ ശില്പികൾക്ക് എല്ലാ ഭാവുകങ്ങളും നേരുന്നു.

**സാജൻ കെ. എസ്**  
ഈരാറ്റുപേട്ട, കോട്ടയം

Letter to the Editor:

Chief Editor  
Effective Publications,  
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.,  
Kottayam - 2, Kerala, India  
Ph: 08593 998705, 093881 53029

✉ effectiveadcom@gmail.com  
☎ 9846057461



### ▼ Editorials

ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.



## Editorials of the month

ചന്ദ്രിക, 08/08/2015

### അന്തരീക്ഷം ദുരന്തമുഖത്താണ്

അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം നാൾക്കു നാൾ വർദ്ധിച്ചു വരുന്ന ഇന്ത്യയുടെ ദാരുണദൃശ്യം വായനക്കാർക്കു മുന്നിൽ വരച്ചു കാണിക്കുകയാണ് ചന്ദ്രികയുടെ എഡിറ്റോറിയൽ. കേന്ദ്ര പരിസ്ഥിതി മന്ത്രാലയത്തിന്റെ കണക്കുകൾപ്രകാരം കഴിഞ്ഞ പത്തു വർഷത്തിനിടയിൽ മലിനവായു ശ്വസിച്ച മരണത്തിന്റെ വായിലെത്തിയവർ 35,000 ലധികം വരും. രണ്ടരക്കോടിയോളം വരുന്ന ജനങ്ങൾ മലിനവായു സൃഷ്ടിക്കുന്ന മാറാരോഗങ്ങളാൽ നരകയാതന അനുഭവിക്കുന്നു. അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം മൂലം മരിക്കുന്നവരുടെ എണ്ണത്തിൽ

ഇന്ന് ഇന്ത്യ രണ്ടാം സ്ഥാനത്താണുള്ളത്. ഡബ്ല്യു.എച്ച്.ഒ. നടത്തിയ പഠനത്തിലെ റിപ്പോർട്ടുകളിൽ അന്തരീക്ഷ മലിനീകരണം രൂക്ഷമായ 20 നഗരങ്ങളിൽ 13 ഉം സ്ഥിതി ചെയ്യുന്നത് ഇന്ത്യയിലാണ്, അതിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനത്തുള്ളത് രാജ്യതലസ്ഥാനമായ ഡൽഹിയും. ക്രമാതീതമായി ഉയർന്നുവരുന്ന വാഹനപ്പെരുപ്പവും, ഫാക്ടറികളുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളും, അസംസ്കൃത വസ്തുക്കൾ കത്തിച്ച് നശിപ്പിക്കുന്നതും അന്തരീക്ഷത്തെ വിഷലിപ്തമാക്കുന്നു. സർക്കാരിനെ പ്ലോലെ തന്നെ സാധാരണ ജനങ്ങൾക്കും തങ്ങൾ നേരിടുന്ന ഈ പ്രതിസന്ധിയെ തരണം ചെയ്യാനുള്ള ബാധ്യതയുണ്ടെന്നാണ് പത്രം ഓർമ്മിപ്പിക്കുന്നത്. വരും തലമുറകൾക്കു കൂടി ഭൂമിയിൽ ജീവിക്കണമെന്ന തിരിച്ചറിവിൽ ലളിത ജീവിതത്തിലേക്ക് ജനങ്ങൾ നടന്നു നീങ്ങണമെന്നാണ് പത്രം അഭിപ്രായപ്പെടുന്നത്.

കേരളകൗമുദി 08/08/2015

### ജീർണ്ണിക്കാൻ കൊതിച്ച് ബി.എസ്.എൻ.എൽ.

2004-2005 സാമ്പത്തിക വർഷത്തിൽ 10,183 കോടി രൂപ ലഭ്യമാക്കിയിരുന്ന പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനമായ ബി.എസ്.എൻ.എൽ. എങ്ങനെ തകർച്ചയുടെ വക്കിലെത്തി നില്ക്കുന്നു എന്നതിന്റെ അന്വേഷണമാണ് കേരളകൗമുദി ഇവിടെ നടത്തുന്നത്. സ്വകാര്യ കമ്പനികൾ കൊള്ളലാഭം കൊയ്യുമ്പോൾ നിലവിലുള്ള ഉപഭോക്താക്കളെ കൂടി ആട്ടിയകറ്റാനുള്ള ശ്രമമാണ് ബി.എസ്.എൻ.

എല്ലിൽ നടക്കുന്നതെന്ന് പത്രം വിമർശിക്കുന്നു. ജീവനക്കാർക്ക് ഈ പൊതുമേഖലാ സ്ഥാപനം നിലനില്ക്കണമെന്ന് ആഗ്രഹമുണ്ടെങ്കിലും തലപ്പത്തുള്ളവർ നിഷേധാത്മക നിലപാടിലാണ്. പുനരുദ്ധാരണ പദ്ധതികൾ പലതും പ്രഖ്യാപിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽക്കൂടി മറ്റൊരുവശത്ത് ഇവയുടെ കടയ്ക്കൽ കത്തിവെയ്ക്കുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളുമായി ചില സ്ഥാപിത താല്പര്യക്കാർ നിലകൊള്ളുന്നു. പൊതുമേഖല സ്ഥാപനങ്ങളെ വിഴുങ്ങുന്ന കോർപ്പറേറ്റ് കമ്പനികളുടെ പിണിയാളൻമാരായി ബി.എസ്.എൻ.എൽ. എല്ലിൽ കാൻസറായി പടർന്നു പിടിക്കുന്ന ഒരുപറ്റം ആളുകളെ തുരത്തി ശുദ്ധികലശം നടത്തുകയാണ് വേണ്ടതെന്നും അതിന് സർക്കാർ തയ്യാറാകണമെന്നുമാണ് എഡിറ്റോറിയൽ ആവശ്യപ്പെടുന്നത്.

ദീപിക 10/08/2015

### ദീതിയൊഴിയാത്ത ട്രെയിൻ യാത്ര

നമ്മുടെ നാട്ടിലൂടെയുള്ള ട്രെയിൻയാത്രകൾ എത്ര പേടിപ്പെടുത്തുന്നതാണെന്ന തിരിച്ചറിവിൽ നിന്നാണ് ദീപികയുടെ എഡിറ്റോറിയൽ തുടങ്ങുന്നത്. കേരള എക്സ്പ്രസിൽ അംഗപരിമിതരുടെ കമ്പാർട്ട്മെന്റിൽ സഞ്ചരിച്ച ദമ്പതികൾക്ക് നേരിടേണ്ടിവന്ന കൊടിയ മർദ്ദനങ്ങൾ മലയാളിയെ ഞെട്ടിച്ചതാണ്. സൗമ്യ എന്ന ദുഃഖപൂരിത ഇന്നും മലയാളികളുടെ കൺകോണിൽ ഒരു നനവായു

ണ്ട്. ഈ ഉദാഹരണങ്ങളെല്ലാം വിരൽ ചൂണ്ടുന്നത് ട്രെയിൻ യാത്ര സുരക്ഷിതമല്ലെന്നാണ്. പിടിച്ചുപറിയും മോഷണവും നിത്യസംഭവങ്ങളായിരിക്കുന്ന അവസ്ഥയിൽ പോലും മതിയായ സുരക്ഷാ ഉദ്യോഗസ്ഥരെ നിയമിക്കാൻ ഇന്നും അധികൃതർ വിമുഖത കാണിക്കുന്നു. പരിശോധിക്കാൻ ആളില്ലാതെ വരുമ്പോൾ അത് അക്രമികൾക്ക് കൂടുതൽ പ്രോത്സാഹനം നൽകുന്നു. ട്രെയിനിൽ നടക്കുന്ന ചില അക്രമങ്ങൾ ജനശ്രദ്ധ പിടിച്ചു പറ്റുമ്പോൾ താല്കാലികമായി എന്തെങ്കിലും ചെയ്തുകൂട്ടുക മാത്രമാണ് അധികൃതർ ചെയ്യുന്നത്. ഉത്തരവാദിത്തപ്പെട്ടവർ ട്രെയിൻ യാത്രികരുടെ സുരക്ഷയ്ക്കായി നടപടികൾ കൈക്കൊള്ളണമെന്നാണ് പത്രം അഭിപ്രായപ്പെടുന്നത്.

മാതൃഭൂമി 14/08/2015

### ആകാശം ആരുടെ സ്വന്തം?

ദൂരകാഴ്ചകളും, വഴിയും അടച്ചുകളയുന്ന രീതിയിൽ പരസ്യബോർഡുകൾ വെയ്ക്കുന്ന രീതിയെ വിമർശിച്ചുകൊണ്ടുള്ള എഡിറ്റോറിയലാണ് മാതൃഭൂമിയുടേത്. കണ്ണഞ്ചിപ്പിക്കുന്ന കുറ്റൻ പരസ്യങ്ങൾ കാഴ്ച മറയ്ക്കുന്നതിനോടൊപ്പം തന്നെ അപകടങ്ങളും ക്ഷണിച്ചു വരുത്തുന്നു. വളരെ വിരളമായി മാത്രമാണ് പലപ്പോഴും ഉദ്യോഗസ്ഥർ ഇതിനെതിരെ നടപടി എടുത്തിട്ടുള്ളത്. പരസ്യ ബോർഡുകൾ വെയ്ക്കുന്നതു സംബന്ധിച്ച്

സർക്കാർ തീരുമാനം കൈക്കൊള്ളുന്നതുവരെ പുതിയ പരസ്യബോർഡുകളൊന്നും ഇനി ഹൈവേകൾക്കരികിൽ സ്ഥാപിക്കരുതെന്ന് കോടതി നിർദ്ദേശിച്ചത് ആശ്വാസം പകരുന്നതാണെങ്കിൽക്കൂടി നിലവിലുള്ള പരസ്യബോർഡുകൾ ജനങ്ങൾക്ക് വളരെയധികം ബുദ്ധിമുട്ടാണ് ഉണ്ടാക്കുന്നത്. കാഴ്ചയ്ക്കൊപ്പം തന്നെ വെളിച്ചവും മറയ്ക്കുന്ന രീതിയിൽ ഉയർന്നു പൊങ്ങുന്ന ഈ പരസ്യ ഭീമൻമാരെ നിയന്ത്രിച്ചു നിർത്തേണ്ടത് അത്യാവശ്യമായിരിക്കുകയാണ്. ഇതിനായി ജനങ്ങളുടെ താല്പര്യങ്ങൾക്കു മുൻതൂക്കം നൽകി ഒരു കരടുരേഖ തയ്യാറാക്കണമെന്ന് എഡിറ്റോറിയൽ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു. ഭൂമിയിലെ കൈയ്യേറ്റങ്ങളെപ്പോലെ തന്നെ ആകാശത്തിലെ കൈയ്യേറ്റവും ചെറുക്കപ്പെടേതാണെന്ന ഓർമ്മപ്പെടുത്തലോടെയാണ് എഡിറ്റോറിയൽ അവസാനിക്കുന്നത്.





# പരസ്യലോകം മാറ്റിമറിക്കാൻ ചെറിയ ബിൽബോർഡുകൾ

ചെറിയ ബിൽബോർഡുകൾ വളരെ സൗകര്യപ്രദവും ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കുന്നതുമാണ്. അതിനാൽ തന്നെ വലിപ്പത്തിൽ ചെറുതെങ്കിലും മനുഷ്യക്കടത്ത്, ശുദ്ധജലലഭ്യത, വായുമലിനീകരണം എന്നിങ്ങനെ ആഗോളപ്രാധാന്യമുള്ള വിഷയങ്ങളാണ് ഇവയിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നത്.



പരസ്യരംഗം അനുനിമിഷം മാറ്റങ്ങൾക്കും പരീക്ഷണങ്ങൾക്കും വിധേയമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. മാറുന്ന ലോകത്തിനനുസരിച്ച് പരസ്യരീതികളിൽ പുത്തൻ സാങ്കേതികതകൾ നടപ്പിൽ വരുത്തിയാൽ മാത്രമേ ഇനിയുള്ള കാലം പരസ്യങ്ങൾക്ക് നിലനിൽപ്പുണ്ടാവുകയുള്ളൂ. ഭീമാകാരമായ ബിൽബോർഡുകളിൽ നിന്ന് കൊച്ചു ബിൽബോർഡുകളിലേക്കു ചുവടുമാറ്റിയ നവീന ആശയത്തിന്റേയും തുടക്കം ഈ ഭയത്തിൽ നിന്നാണ്. BBH Barn ന്റെ പുതിയ ഇന്റേൺഷിപ്പിലൂടെയാണ് ഇത് പരസ്യരംഗത്തേക്ക് ചുവടുവയ്ക്കുന്നത്. രണ്ടുമാസം നീണ്ടു നിന്ന ഈ ഇന്റേൺഷിപ്പ് പ്രോഗ്രാമിൽ പങ്കെടുത്ത Yolanda Saetern, Alan Sanchez, Jeff Tepper എന്നിവരാണ് Small Billboards for Big Causes എന്ന ആശയം യാഥാർത്ഥ്യമാക്കിയത്. ചെറിയ ബിൽബോർഡുകൾ വളരെ സൗകര്യ

പ്രദവും ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കുന്നതുമാണ്. അതിനാൽ തന്നെ വലിപ്പത്തിൽ ചെറുതെങ്കിലും മനുഷ്യക്കടത്ത്, ശുദ്ധജലലഭ്യത, വായുമലിനീകരണം എന്നിങ്ങനെ ആഗോളപ്രാധാന്യമുള്ള വിഷയങ്ങളാണ് ഇവയിൽ അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്നത്. സെസിൽ സിംഹത്തെ കൊന്നതിൽ പ്രതിഷേധിച്ച ഇത്തരം ബിൽ ബോർഡുകൾ ഇതിനോടകം തന്നെ വളരെ പ്രസിദ്ധിയാർജ്ജിച്ചു കഴിഞ്ഞു. ഈ പുത്തൻ രീതിയുടെ മേന്മകളറിഞ്ഞ് ധാരാളം ക്ലൈന്റുകൾ മുഖർ സംഘത്തെ തേടിയെത്തി. PETAയുടെ പരസ്യവും UNICEF USA യുടെ പെൺകുട്ടികളുടെ വിദ്യാഭ്യാസം സംബന്ധിച്ച ബോധവൽക്കരണ പരിപാടിയും ഇവരുടെ പുതിയ പ്രോജക്ടുകളാണ്. ചെലവുകുറഞ്ഞ എന്നാൽ വളരെ ഫലപ്രദമായ ഇത്തരം രീതികൾ ആഗോള പരസ്യരംഗത്ത് ഒരു നവീന വിപ്ലവത്തിനാകും തുടക്കമിടുക.





## സിനിമയേക്കാൾ എനിക്കിഷ്ടം പരസ്യം - ഭാവന

തീയേറ്ററിൽ വന്നു പോയിക്കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെയതുകാണുക ഒന്നുകിൽ ടിവിയിൽ വരുമ്പോഴായിരിക്കും അതു മല്ലെങ്കിൽ സിഡിയിൽ. രണ്ടായാലും പരസ്യങ്ങളിൽ കുടി ലഭിക്കുന്ന ശ്രദ്ധ കിട്ടില്ലെന്നുറപ്പ്.

നമ്മൾ എന്ന കമൽ ചിത്രത്തിലൂടെ മലയാളി മനസ്സുകളിൽ അനിഷ്ട ധ്യമായ സ്ഥാനം കരസ്ഥമാക്കിയ നടിയാണ് ഭാവന. സിനിമയോ ടൊപ്പം തന്നെ പരസ്യരംഗത്തും സജീവമായ ഭാവന പുളിമുട്ടിൽ സിൽക്ക്സിന്റെ ബ്രാൻഡ് അംബാസിഡർ കൂടിയാണ്. നന്നേ ചെറുപ്പത്തിൽ തന്നെ സിനിമയുടെ വെള്ളിവെളിച്ചത്തിലേക്കു കാൽ കുത്തി ചുരുങ്ങിയ കാലത്തിനുള്ളിൽ തന്നെ തെന്നിന്ത്യൻ സിനിമയിലെ മുൻനിര നായികമാരിലൊരാൾ എന്ന നിലയിലേക്ക് ഈ വിജയം വളർന്നു. അഭിനയജീവിതത്തിന്റെ ഒരു പതിറ്റാണ്ടിലേറെ പിന്നിട്ട കാലത്തിനിടയിൽ മലയാളത്തിലെ ഒട്ടു മിക്ക മുൻനിരനായ കൻമാരുടെ കൂടെയും അഭിനയിച്ചു.

മലയാളികളുടെ സ്വപ്ന നായിക ഭാവന പരസ്യത്തെ പറ്റിയുള്ള തന്റെ ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങൾ ആഡ്കോം വായനക്കാരുമായി പങ്കുവയ്ക്കുന്നു...







സിനിമയിലേക്കു കടന്നുവന്ന സമയത്തുതന്നെയാണ് ആദ്യത്തെ പരസ്യം ചെയ്യാനും അവസരം ലഭിക്കുന്നത്. ആലുക്കാസിനു വേണ്ടിയായിരുന്നു അത്. ടിവി പരസ്യമൊന്നുമായിരുന്നില്ല, ഫോട്ടോസ്റ്റിൽസ് മാത്രമായിരുന്നു ആ പരസ്യം. അതിലെ അഭിനയത്തിനു ശേഷം ഒന്നിനു പിന്നാലെ ഒന്നായി പുതിയ പുതിയ പരസ്യങ്ങൾ വന്നു തുടങ്ങി. ഫിഷർ ചപ്പൽ, തമിഴ്നാട്ടിലെ പ്രമുഖ ടെക്സ്റ്റൈലായ ശ്രീലക്ഷ്മി ടെക്സ്റ്റൈൽ, റോസ് ബിരിയാണി റൈസ്, ധാത്രി, പിന്നെ പുളിമുട്ടിൽ സിൽക്ക്സ് എന്നിങ്ങനെ.. ഇതിൽ പുളിമുട്ടിൽ സിൽക്ക്സിന്റെ പരസ്യത്തിൽ മാത്രമാണ് ഏഴു വർഷത്തിലധികം തുടർച്ചയായി അഭിനയിച്ചത്. മറ്റുള്ള എല്ലാ പരസ്യങ്ങളും ഒരു വർഷത്തെ കോൺട്രാക്ട് ബേസിലുള്ളതായിരുന്നു. കൂടാതെ പുളിമുട്ടിൽ സിൽക്ക്സിന്റെ ബ്രാൻഡ് അംബാസിഡർ കൂടിയാണ് ഞാൻ.

#### പരസ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ....

എന്നെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഞാൻ പരസ്യം ചെയ്യുന്ന പ്രോഡക്ട് നല്ലതായിരിക്കണമെന്ന് നിർബന്ധമുണ്ട്. അങ്ങനെയുള്ള ഉത്പന്നങ്ങൾ നോക്കി മാത്രമേ പരസ്യം ചെയ്യാറുള്ളൂ. ഒരു ടെക്സ്റ്റൈലിനിനു വേണ്ടി പരസ്യം ചെയ്യുമ്പോൾ ഇത്തരം റിസ്ക്കുകൾ മറ്റുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് താരതമ്യേന കുറവായിരിക്കും. പിന്നെ മറ്റൊരു കാര്യം എനിക്കെന്തെങ്കിലും താൽപര്യമുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കു വേണ്ടി മാത്രമേ പരസ്യം ചെയ്യുകയുള്ളൂ എന്നതാണ്. കാരണം പലതരത്തിലുള്ള ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്കു വേണ്ടി പരസ്യം ചെയ്യുകയെന്നത് റിസ്കാണ്. പ

#### സിഗരറ്റ് പായ്ക്കിന്റെ പുറത്ത് Smoking is injurious to health. -എന്നു എഴുതിയിട്ടില്ലേ എന്നിട്ടും ആളുകൾ അതു വാങ്ങുന്നു. അതിന് ഏതെങ്കിലും ഹോളിവുഡ് സ്റ്റാറിനെ കുറ്റം പറഞ്ഞിട്ടു കാര്യമുണ്ടോ? പകരമായി നമ്മൾ തന്നെ മാറണം

രസ്യം ചെയ്യുന്നവയോടു നമുക്കൊരു ഇഷ്ടം ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ പരസ്യം നന്നാവുകയുള്ളൂ. ഉദാഹരണമായി ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളുടെ പരസ്യമാണ്, അതിൽ കൂക്ക് ചെയ്യേണ്ട ഒരു രംഗമുണ്ടെന്ന് കരുതുക. എനിക്കാ പരസ്യം ചെയ്യാൻ കഴിയില്ല കാരണം ഞാൻ കുക്കിങ്ങിനോട് യാതൊരു താൽപ്പര്യവും ഇല്ലാത്തയാളാണ് എന്നതു തന്നെ. അത്തരം പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യാൻ വിളിക്കുന്നവരോട് ഞാൻ ചെയ്താൽ അതു വളരെ ഫേക്ക് ആയിരിക്കും എന്നു തന്നെ പറഞ്ഞു വിടാറുണ്ട്. ഈ കാലയളവിനുള്ളിൽ ഞാൻ ചെയ്തിട്ടുള്ള പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതലും ടെക്സ്റ്റൈലുകളുടെ പരസ്യങ്ങളാണ്. ഭംഗിയായി വസ്ത്രധാരണം ചെയ്യാൻ വളരെ താൽപര്യമുള്ളതിനാൽ അത്തരം പരസ്യങ്ങളിൽ നന്നായി തന്നെ അഭിനയിക്കാൻ സാധിക്കുന്നുണ്ട്.

#### ഇതുവരെ ചെയ്ത പരസ്യങ്ങൾ

പ്രോഡക്ടിനു പ്രസിദ്ധി ലഭിക്കുവാൻ വേണ്ടിയുള്ളതാണല്ലോ പരസ്യങ്ങൾ. അതിനാൽ തന്നെ ഞാൻ വാരിവലിച്ച് പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്യാറില്ല. എണ്ണപ്പെട്ട പരസ്യങ്ങളിൽ മാത്രം അഭിനയിക്കുകയാണെങ്കിൽ പ്രോഡക്ട് ശ്രദ്ധിക്കപ്പെടും അല്ലെങ്കിൽ ഭാവന അഭിനയിച്ചത് ഏതിലാണെന്നു തിരിച്ചറിയാൻ ജനങ്ങൾക്കു പ്രത്യേകിച്ച് ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താക്കൾക്കു പ്രയാസമുണ്ടാകും. ഇക്കാലയളവിനുള്ളിൽ അഞ്ചു പരസ്യങ്ങൾ ഞാൻ ചെയ്തു. പുളിമുട്ടിൽ സിൽക്ക്സ്, ആലുക്കാസ്, ശ്രീലക്ഷ്മി ടെക്സ്റ്റൈൽസ്, റോസ് ബിരിയാണി റൈസ്, ഫിഷർ ചപ്പൽ, പിന്നെ ധാത്രിയുടെ ഒരു കോക്കനട്ട് ഷാമ്പുവിനു വേണ്ടിയും പരസ്യം ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.



#### സിനിമയും പരസ്യവും

സിനിമയോടുള്ളതിനേക്കാൾ ഒരു പടി മുന്നിലാണ് എനിക്ക് പരസ്യരംഗത്തോടുള്ള താൽപര്യം. കാരണം ആളുകൾ പരസ്യങ്ങൾ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധിക്കും. ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന് പ്രസിദ്ധി ലഭിക്കുന്നതിനൊപ്പം തന്നെ അതിന്റെ പരസ്യത്തിലഭിനയിച്ച സെലിബ്രിറ്റിക്കും ലഭിക്കും എന്നാൽ ഒരു സിനിമയുടെ കാര്യം നോക്കാം, തീയേറ്ററിൽ വന്നു പോയിക്കഴിഞ്ഞാൽ പിന്നെയതു കാണുക ഒന്നുകിൽ ടിവിയിൽ വരുമ്പോഴായിരിക്കും അതു മല്ലെങ്കിൽ സിഡിയിൽ. രണ്ടായാലും പരസ്യങ്ങളിൽ കൂടി ലഭിക്കുന്ന ശ്രദ്ധ കിട്ടില്ലെന്നുറപ്പ്. നേരെ മറിച്ച് ഒരു വലിയ ഫ്ളക്സ് വയ്ക്കുന്നു. പരസ്യങ്ങൾ എപ്പോഴും ആളുകൾ ശ്രദ്ധിക്കുന്ന സ്ഥലങ്ങളിലാണ് വയ്ക്കുക അതു വഴി വരുന്ന വരും പോകുന്നവരുമെല്ലാം കാണും. എന്റെ കാര്യത്തിൽ പരസ്യബോർഡുകളും ഫ്ളക്സുകളും കാണുമ്പോൾ സുഹൃത്തുക്കൾ വിളിക്കും നിന്റെ ഫ്ളക്സ് കണ്ടിട്ട് വിളിച്ചതാണെന്നു പറയും അതൊക്കെ എനിക്ക് വളരെ സന്തോഷമാണ്.

#### പരസ്യത്തിലെ അഭിനയവും സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധതയും

ഒരു സ്വർണ്ണക്കടയുടെ പരസ്യത്തിൽ അഭിനയിച്ചതിനു ശേഷം അവിടുത്തെ സ്വർണ്ണത്തെക്കുറിച്ച് ആക്ഷേപമുണ്ടായാൽ അതിൽ അഭിനയിച്ച വ്യക്തിയെന്ന നിലയിൽ ഒരാളിലേക്ക് കുറ്റമാരോപി



ക്കപ്പെടുന്നത് ദുഃഖകരമാണ്. അതോടൊപ്പം കടുത്ത അനീതിയുമാണ്. ഒരു ഭക്ഷ്യവസ്തുവിന്റെ കാര്യത്തിൽ ആത്യന്തികമായും അതു കഴിക്കണോ വേണ്ടയോ എന്നു തീരുമാനിക്കേണ്ടത് ഉപഭോക്താക്കൾ തന്നെയാണ് മാഗി ന്യൂഡിൽസിന്റെ കാര്യം തന്നെ നോക്കൂ.. അമിതാഭ് ബച്ചനെപ്പോലെയുള്ള ഒരു സീനിയർ ആക്ടർ അതിൽ അഭിനയിക്കുകയാണെന്നിരിക്കട്ടെ, അദ്ദേഹം അത് കഴിക്കുന്നുണ്ടോ എന്നു അന്വേഷിക്കേണ്ടതില്ല. എല്ലാവർക്കും അവരവരോടു തന്നെ ഒരു ഉത്തരവാദിത്വമുണ്ട്. നമ്മളൊരു ഭക്ഷണം കഴിക്കണോ വേണ്ടയോ എന്നു തീരുമാനിക്കുന്നത് നമ്മൾ തന്നെയാണ്. സിഗരറ്റ് പായ്ക്കിന്റെ പുറത്ത് Smoking is injurious to health.

എന്നു എഴുതിയിട്ടില്ലേ എന്നിട്ടും ആളുകൾ അതു വാങ്ങി വലിക്കുന്നു. അതിന് ഏതെങ്കിലും ഹോളിവുഡ് സ്റ്റാറിനെ കുറ്റം പറഞ്ഞിട്ടു കാര്യമുണ്ടോ? പകരമായി നമ്മൾ തന്നെ മാറണം എനിക്കു ദോഷകരമായതൊന്നും ഞാൻ ഉപയോഗിക്കില്ലെന്ന് ഉറപ്പിക്കണം. നമുക്ക് നമ്മളോടു തന്നെ ഒരു ഉത്തരവാദിത്വമില്ലേ അതു പാലിക്കുകയാണെങ്കിൽ ഇത്തരം പ്രശ്നങ്ങൾ ഒന്നും ഉണ്ടാവില്ല. മാഗി കഴിക്കുന്നത് മോശമാണെന്നും അത് ആരോഗ്യത്തിന് ഹാനികരമാണെന്നും കാലാകാലങ്ങളായി ആളുകൾ പറഞ്ഞിട്ടുള്ളതാണ്. ഇതറിഞ്ഞിട്ടും സാരമില്ല എന്നുവെച്ച് കഴിക്കുന്നവർ പിന്നെയും സെലിബ്രിറ്റികളെ കുറ്റപ്പെടുത്തിയിട്ടെന്താണ് കാര്യം. എന്നാൽ ഇത്തരം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുകയും വിൽക്കുകയും ചെയ്യുന്ന കമ്പനികൾക്കെതിരെയാണ് പ്രതിഷേധങ്ങളും നടപടികളും ഉണ്ടാവേണ്ടത്.

#### പുതിയ ചിത്രങ്ങൾ, പരസ്യങ്ങൾ

പുതിയ പരസ്യങ്ങളൊന്നും ആയിട്ടില്ല. പിന്നെ ഹണിബീയുടെ രണ്ടാം ഭാഗമായ ഹണിബീ ടു ആണ് എന്റെ പുതിയ ചിത്രം

ജ്യോതിസ് മേരി ജോൺ  
jyothismary663@gmail.com



# ചിങ്ങമാസം വന്നുചേർന്നാൽ മലയാളിമനസ്സുകൾ സ്വന്തമാക്കും....



ഓണക്കാലത്ത് മലയാള ആനുകാലിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലും ദിനപത്രങ്ങളിലും പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന പരസ്യങ്ങൾ രസകരമായ, സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവും സാമ്പത്തികവും കൈയായ ചില സത്യങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്.

ചിങ്ങമാസം പരസ്യങ്ങളുടെ പൂക്കാലമാണ്. കേരളത്തിൽ അങ്ങോളമിങ്ങോളമുള്ള ഷോപ്പിങ്ങ് മാളുകളിൽ മലയാളികൾ ഇന്ന് എന്നും ഓണം ആഘോഷിക്കുന്നുണ്ട്. എങ്കിലും ഓണക്കാലത്തെ കച്ചവടം ഒന്നു വേറെതന്നെ. പഴഞ്ചൊല്ലിൽ പതിരില്ല എന്ന പഴമൊഴി ഓർമ്മിപ്പിച്ചുകൊണ്ട്, ആ പഴഞ്ചൊല്ല് ഇതിന്റെ സാമൂഹിക സത്യം വെളിപ്പെടുത്തും. കാണം വിറ്റും ഓണം ഉണ്ടു ശീലിച്ച മലയാളികൾക്ക് ഓണം റീട്ടെയിൽ തെറാപ്പിയുടെ മഹോത്സവകാലമാണ്.

ഓണക്കാലത്ത് മലയാള ആനുകാലിക പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലും ദിനപത്രങ്ങളിലും പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്ന പരസ്യങ്ങൾ രസകരമായ, സാമൂഹികവും സാംസ്കാരികവും സാമ്പത്തികവും കൈയായ ചില സത്യങ്ങൾ വെളിപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട്. അവയിലൂടെയുള്ള ഒരോട്ടപ്രദക്ഷിണമാണിത്.

ഭാഷയിലും ദൃശ്യങ്ങളിലും മലയാളം വീണ്ടെടുക്കപ്പെടുന്നു എന്നതാണ് ഈ ഓണക്കാല പരസ്യങ്ങളിലെ ഏറ്റവും വലിയ സവിശേഷത. പരസ്യഭാഷയിൽ മലയാളി സാധാരണ ഉപേക്ഷിക്കുന്ന വാക്കുകളും ബിംബങ്ങളും ധാരാളമായി ഇവയിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നു. കൃത്യമായും മലയാളിത്തം നിറയുന്ന ഇവ ദിനപത്രങ്ങളിൽ നിറഞ്ഞു കവിയുകയാണ്.

“പൊന്നിൻ ചിങ്ങത്തിലെ പൊന്നോണത്തെ വരവേൽക്കാൻ ഒട്ടേറെ പുതുമകളുമായി ടിവിസ്”, “അത്തം പത്തിന് പൊന്നോണം പ്രെസ്റ്റീജുമൊത്തൊരു നല്ലോണം”, “ഫോണുസദ്യ സാംസങ്ങ് സമ്മാനസദ്യ”, “മനം നിറയും ഓണം കൈനിറയും ലാഭം” (സൺഡയറക്ട്), “വിഭവസമൃദ്ധമായ ഓണസദ്യ ആസ്വദിക്കു ഒപ്പം മധുരമുറുന്ന ഓഫറുകളും” (ബജാജ് അപ്ലയൻസ്), “10ൽ പത്തും പൊന്നോണം” (തൃശ്ശൂർ ഭീമ), “ആഘോഷിക്കു ഓരോ ദിവസവും ഓണം പോലെ” (മാരുതി ആൾട്ടോ 800), “മുഖൊരിക്കലും ഇല്ലാത്ത വിധം സന്തോഷവും സൗഭാഗ്യവും ഈ ഓണത്തിന് ലോയ്സ്നൊപ്പം കൈവരട്ടെ”-മോഹൻലാൽ, ഈ ഓണത്തിന് പൂക്കളെക്കാൾ

പാശ്ചാത്യവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട വാക്കുകളും ദൃശ്യബിംബങ്ങളുമാണ് മറ്റെല്ലാ അവസരങ്ങളിലും മലയാള പരസ്യങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത്. ഓണമാകുമ്പോഴേയ്ക്കും അടിമുടി മലയാളമകയായി മാറിയാണ് മലയാള പരസ്യങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ വശീകരിക്കുന്നത്.

കൂടുതൽ വിസ്തൃതി (ജോസ്കോ), ഈ പൊന്നോണക്കാലത്ത് ഒരു പുതിയ അതിഥിയെ വരവേൽക്കു (ഹോണ്ടാ ആക്റ്റിവ) എന്നിങ്ങനെ പരസ്യതലക്കെട്ടുകളിലാകെ ഓണരൂപകങ്ങൾ പീലിവിടത്തുകയാണ്.

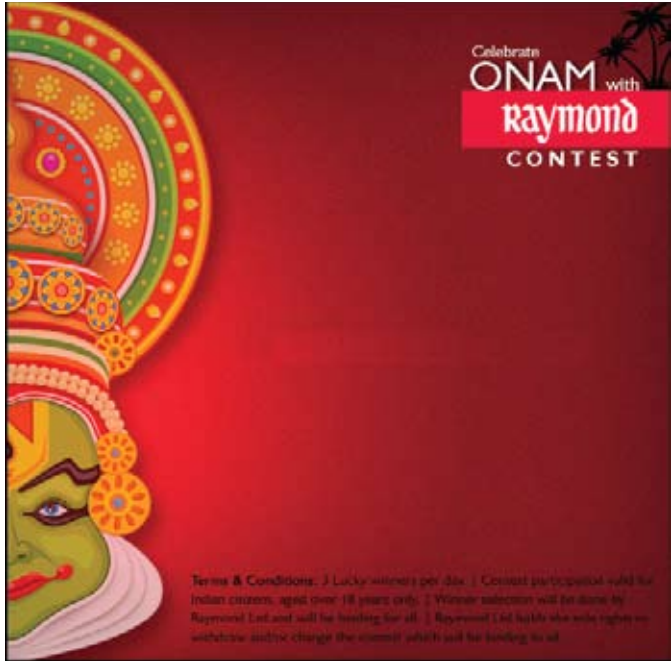
മഹാബലി, പൂക്കളും, ചുണ്ടൻവളളും, കഥകളി വേഷങ്ങൾ, നാട്ടുപുക്കൾ, നാട്ടുകാഴ്ചകൾ തുടങ്ങിയ ചിത്രരൂപങ്ങളാണ് ഈ പരസ്യങ്ങളിലെല്ലാം ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് പശ്ചാത്തല ശോഭ നൽകുന്നത്. ഇവയൊന്നും തന്നെ ഫോട്ടോഗ്രാഫുകളല്ല, വിവിധ ശൈലികളിലുള്ള ചിത്രീകരണങ്ങളാണ്. അടുക്കള ഉപകരണങ്ങൾ, സ്വർണ്ണാഭരണങ്ങൾ, വീട്ടുപകരണങ്ങൾ, കാറുകൾ, ടുവീലറുകൾ തുടങ്ങിയ മലയാളിയുടെ ഉപഭോക്തൃസംസ്കാരത്തിന്റെ അവിഭാജ്യ ഘടകങ്ങളായി മാറിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെല്ലാം തന്നെ ഇതോടെ സാംസ്കാരിക പ്രതീകങ്ങൾകൂടെയായി മാറുകയാണ്.

നമുക്കറിയാം ഓണക്കാലത്ത് മാത്രമാണ് ഇത്തരം വാക്കുകളും രൂപകങ്ങളും പരസ്യങ്ങളിൽ സ്ഥാനം പിടിക്കുന്നത് എന്ന്. വളരെയേറെ പാശ്ചാത്യവൽക്കരിക്കപ്പെട്ട വാക്കുകളും ദൃശ്യബിംബങ്ങളുമാണ് മറ്റെല്ലാ അവസരങ്ങളിലും മലയാള പരസ്യങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നത്. എന്നാൽ ഓണമാകുമ്പോഴേയ്ക്കും അടിമുടി മലയാളമകയായി മാറിയാണ് മലയാള പരസ്യങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കളെ വശീകരിക്കുന്നത്. ഈ വശീകരണമന്ത്രം ഫലവത്താകുന്നുണ്ടോ?

ഫലത്താകുന്നുണ്ട് എന്നുവേണം വിചാരിക്കാൻ, കാരണം, കേരള വിപണിയിൽ ഓണക്കാലത്താണ് ഏറ്റവുമധികം കൊടുക്കൽ വാങ്ങലുകൾ നടക്കുന്നത്. കമ്പോളത്തിലെ കണക്കുകൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത് ഒരു വർഷത്തേക്ക് ആവശ്യമായതെല്ലാം മലയാളികൾ ഈ ഓണക്കാലത്ത് വാങ്ങിക്കൂട്ടുന്നു എന്നാണ്. ഓണ ഉത്സവ വിപണി ലക്ഷ്യം വെച്ചുള്ള മലയാള പരസ്യങ്ങൾ ഒട്ടുമിക്കവയും തന്നെ മലയാളികളുടെ സമൂഹാവബോധ മനസ്സിനെ ലക്ഷ്യം വെച്ചുള്ളവ ആയതിനാലാണ് അവ ഇത്തരം വാക്കുകളും ചിത്രങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. എന്നാൽ ഈ ദിവസങ്ങളിൽ കേരളത്തിൽ നിന്ന് പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെട്ട ഇംഗ്ലീഷ് ദിനപത്രങ്ങളിലൊന്നും തന്നെ ഈ വിധമുള്ള പരസ്യങ്ങൾ അച്ചടിക്കപ്പെട്ടിട്ടില്ല എന്നതും നാം ശ്രദ്ധിക്കണം. ഇത് വെളിവാക്കുന്നത് ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളുടെ ലക്ഷ്യസദസ്സ് സാധാരണക്കാരായ മലയാളികൾ ആണ്







പരസ്യവാചകങ്ങളിൽ പറഞ്ഞു പഴകിയ വാക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കരുത് എന്നതാണ് പ്രമാണം. പക്ഷെ ഈ പരസ്യങ്ങൾ നിറയെ അതേ ഉള്ളൂ. ഓണത്തെയും ഓണ സങ്കൽപ്പങ്ങളെയും വ്യക്തമായി സമീപിക്കുവാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ ഈ പരസ്യങ്ങളിൽ ഏറിയപങ്കും ഇല്ല തന്നെ.

എന്ന വസ്തുതയാണ്.

ഓഫറുകളുടെ ഓണസദ്യ ഒരു പരസ്യത്തിലെ തലക്കെട്ടാണ്. ചിങ്ങം മെഗാ ഡിസ്കൗണ്ട് സെയിൽ 50% വിലക്കുറവ്, 55% ഡിസ്കൗണ്ട് ചിങ്ങം സ്പെഷ്യൽ ഓഫർ, അടിപൊളി ഓണം ഓഫർ - സമ്മാനങ്ങളുടെയും വിലക്കിഴിവുകളുടെയും ഈ പുലികളി കണ്ട് ഉപഭോക്താവ് വിസ്മയിക്കുകതന്നെ ചെയ്യും. ഉപഭോക്താവിന് യഥാർത്ഥത്തിലുള്ള ലാഭം ഇതിലൂടെ ലഭിക്കുന്നുണ്ടെങ്കിൽ ഇതിൽ ദോഷമൊന്നും പറയാനു മില്ല.

പക്ഷെ ഒരു ശാസ്ത്രവും കലയും എന്ന നിലയിൽ പരസ്യകലയെ നാം സമീപിക്കുമ്പോൾ ഈ ഓണക്കാല മലയാള പരസ്യങ്ങളിൽ നമുക്ക് എന്തെങ്കിലും കാര്യമായ നവീനത കണ്ടെത്തുവാൻ കഴിയുന്നുണ്ടോ? ഇല്ല എന്നാണ് എന്റെ ഉത്തരം.

പരസ്യവാചകരചനയിൽ, പരസ്യസന്ദേശ സൃഷ്ടിയിൽ, ചിത്രീകരണത്തിൽ, ചിത്രങ്ങളിൽ, നിറങ്ങളുടെ ഉപയോഗത്തിൽ ഒക്കെ ഈ പരസ്യങ്ങൾ എന്തെങ്കിലും മികവ് - ശ്രദ്ധേയമായ ഒരു വസ്തുത - പ്രകടിപ്പിക്കുന്നില്ല എന്നാണ് തോന്നുന്നത്.

പരസ്യവാചകങ്ങളിൽ പറഞ്ഞു പഴകിയ വാക്കുകൾ ഉപയോഗിക്കരുത് എന്നതാണ് പ്രമാണം. പക്ഷെ ഈ പരസ്യങ്ങൾ നിറയെ അതേ ഉള്ളൂ.

ഓണത്തെയും ഓണസങ്കല്പങ്ങളെയും വ്യക്തമായി സമീപിക്കുവാനുള്ള ശ്രമങ്ങൾ ഈ പരസ്യങ്ങളിൽ ഏറിയപങ്കും ഇല്ല തന്നെ.

ആഗസ്റ്റ് 19 ന് മനോരമ പത്രത്തിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച സാംസങ് ഫോണിന്റെ പരസ്യതലക്കെട്ട് ശ്രദ്ധേയമായി തോന്നി. ഫോണസദ്യ സാംസങ് സമ്മാനസദ്യ എന്ന ഈ തലക്കെട്ട് ഉൽപ്പന്നത്തേയും സവിശേഷ വിൽപ്പന സന്ദർഭത്തേയും സമർത്ഥമായി കൂട്ടിയിണക്കുന്നുണ്ട്. ശ്രദ്ധേയമായി തോന്നിയ മറ്റൊരു പരസ്യം ആഗസ്റ്റ് 17 ന് മാതൃഭൂമിയിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച മാരുതി ആൾട്ടോയുടേതാണ്. ആഘോഷിക്കു ഓരോ ദിവസവും ഓണം പോലെ എന്ന തലക്കെട്ടോടെ വാഴയിലയിൽ പ്രശസ്ത ചിത്രകാരനായ കരുണാകരന്റെ ചിത്രീകരണശൈലിയോട് സാമ്യമുള്ള ശൈലിയിൽ മാവേലിയും ചുണ്ടൻവള്ളവും കഥകളിയും പൂക്കളവുമൊക്കെ ഉൾപ്പെടുത്തി അതിന്റെ നടുവിലായി ആൾട്ടോകാർ പ്രതിഷ്ഠിച്ചവിധമുള്ള ഈ പരസ്യത്തിൽ ഓരോ യാത്രയിലും ആസ്വദിക്കു ഓണത്തിന്റെ മാധുര്യം എന്നും ചേർത്തിരിക്കുന്നു.

ഒരു ഉത്സവകാലം നിറയെ പരസ്യങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുമ്പോൾ എടുത്തുപറയാൻ കഴിയുന്ന പരസ്യങ്ങൾ വിരളമായിപ്പോകുന്നത് പരസ്യവ്യവസായത്തിന്റെ വളർച്ചയ്ക്ക് ഗുണകരമാണെന്ന് തോന്നുന്നില്ല.



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്

അസ്സോസിയേറ്റ് ഡീൻ (അക്കാഡമിക് ഡിവിഷൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മീഡിയ സയൻസ്, മുതിങ്ങൂർ)



## അഡ്വർടൈസിംഗ് പ്രൊഫഷണലാകാൻ



കോപ്പിറൈറ്റിംഗിൽ താല്പര്യമുള്ളവർക്ക് അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസികളിൽ ജോലി ലഭിക്കുവാൻ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം അവസരമൊരുക്കുന്നു. ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോമിന്റെ ഓരോ ലക്കങ്ങളിലും പ്രസിദ്ധീകരിക്കുന്ന വിഷയങ്ങൾക്ക് അനുയോജ്യമായ തലക്കെട്ടുകൾ (captions) തയ്യാറാക്കി അയക്കുക. ഏറ്റവും മികച്ച രചനകൾ അയയ്ക്കുന്നവരിൽ നിന്ന് തിരഞ്ഞെടുക്കപ്പെടുന്നവർക്ക് അഡ്വർടൈസിംഗ് രംഗത്ത് പരിശീലനം/ജോലി ലഭിക്കുവാനുള്ള വേദിയൊരുക്കുന്നതാണ്.

ഈ ലക്കത്തിലെ വിഷയം :

### വിസ്കോറ്റ്

നിബന്ധനകൾ :

- 1) നിലവിലുള്ള ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ സ്വയം സൃഷ്ടിക്കുന്ന ബ്രാൻഡുകൾക്ക് വേണ്ടിയോ പരസ്യവാചകങ്ങൾ എഴുതാം.
- 2) ഈ മത്സരത്തിലൂടെ ലഭിക്കുന്ന പരസ്യവാചകങ്ങൾ ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോമിലോ മറ്റ് പരസ്യങ്ങളിലോ രണ്ടിലുമോ ഉപയോഗിക്കുവാനുള്ള അധികാരം ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോമിൽ നിക്ഷിപ്തമായിരിക്കും. ഇതിന്മേൽ യാതൊരവകാശവാദങ്ങളും പാടില്ല.
- 3) വിജയികളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതിൽ എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനം അന്തിമമായിരിക്കും.
- 4) എഡിറ്റോറിയൽ ബോർഡിന്റെ തീരുമാനത്തിന്മേൽ യാതൊരു കത്തിടപാടുകളും അനുവദനീയമല്ല.
- 5) മാറ്റുറനോടൊപ്പം കൃത്യമായ മേൽവിലാസവും ഇ-മെയിൽ ഐഡിയും ഫോൺ നമ്പറും രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കണം.
- 6) പോസ്റ്റ്, കൊറിയർ, ഇ-മെയിൽ, വാട്സ് ആപ്പ് എന്നിവയിലൂടെ മാറ്റുറകൾ അയയ്ക്കാവുന്നതാണ്.
- 7) വിജയികളെ ഫോൺ മുഖേനയോ ഇ-മെയിൽ മുഖേനയോ വിവരം അറിയിക്കുന്നതാണ്.
- 8) കവറിനു മുകളിൽ "Copy Writing" എന്ന് എഴുതിയിരിക്കണം.
- 9) മാറ്റുറകൾ ലഭിക്കേണ്ട അവസാന തീയതി: 31.10.2015.

അയയ്ക്കേണ്ട വിലാസം:

The Editor, Effective Publications, Mughal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala, India.  
E-mail: [effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)

9846057461

Subscription Form



Subscription Offer	No. of Issues	Price	You Pay	You Save
1 year	12	Rs. 600/-	Rs. 540/-	Rs. 60/-
2 years	24	Rs. 1200/-	Rs. 1000/-	Rs. 200/-
3 years	36	Rs. 1800/-	Rs. 1400/-	Rs. 400/-

Yes, I wish to subscribe to EFFECTIVE ADCOM.

Send me 12 issues of ADCOM for Rs. **540/-** ☐

24 issues for Rs. **1000/-** ☐ 36 issues for Rs. **1400/-** ☐

----- ✂ -----

Name : .....

Address : .....

.....

.....

District : ..... Pin : .....

Mobile : ..... Email : .....

Enclosed DD/Cheque No : .....

Name of the Bank : .....

Date : ..... Sd/- .....

----- ✂ -----

Place this coupon with cheque / DD in envelope and post to the address given below.

Effective Publications,  
Mughal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala  
Ph: 08593 998705, e-mail: [effectiveadcom@gmail.com](mailto:effectiveadcom@gmail.com)

You can transfer the amount to A/c No. 10941011001020  
IFSC : ORBC0101094, Oriental Bank of Commerce, Kottayam  
A/c Name: Effective Publications

Please inform your name and address after transferring the amount.



# പി.ജെ ആന്റണിയെ നാടകപ്രതിഭ

കുട്ടിക്കാലം മുതൽ നാടകത്തോട് എന്തെന്നില്ലാത്ത അഭിനിവേശമുണ്ടായിരുന്നു. ആർട്ടിസ്റ്റ് ഷെവലിയാർ പി.ജെ ചെറിയാന്റെ നാടകദ്രുപ്പിൽ അഭിനേതാവായി അവസരം ലഭിച്ചുവെങ്കിലും വീട്ടുകാരുടെ അത്യപ്തിമൂലം അതുപേക്ഷിക്കേണ്ടിവന്നു. പിന്നീട് നാടുവിട്ട് നേവിയിൽ ചേർന്നു.

ആസാദ്, അമേച്വർ ആർട്ടിസ്റ്റ് അസോസിയേഷൻ, ബരത് രാജ് ആർട്ട് പ്രൊഡക്ഷൻസ്, പ്രതിഭ ആർട്സ് ക്ലബ്ബ്, എന്നിവയിൽ സജീവപ്രവർത്തകനായി. നാടക പരിവർത്തനത്തേപ്പറ്റി തികഞ്ഞ അവബോധമുള്ളവരുടെ കൂടെ സഹകരിക്കാൻ ആന്റണിക്കു കഴിഞ്ഞതോടെ തന്റെ ഉള്ളിലെ പ്രതിഭ പുറത്തുചാടാൻ തുടങ്ങി.

ലയാളക്കരയിൽ കഴിഞ്ഞുനിൽക്കുന്ന നാടക-സിനിമാ ചരിത്രത്തിലെ സജീവസാന്നിധ്യമായിരുന്ന ഇതിഹാസപുരുഷനാണ് പി.ജെ. ആന്റണി. ദക്ഷിണേന്ത്യയിലെ പ്രഥമ ഭരത് അവാർഡ് ജേതാവ്.

കൊച്ചിക്കാരനായ ആന്റണി 1925 ജനുവരി ഒന്നിനാണ് ജനിച്ചത്. പനക്കുട്ടത്തിൽ തോമസ് ജോസഫ് -എലിസബത്ത് ദമ്പതികളുടെ മകനായ ആന്റണി ശാസ്ത്ര പരീക്ഷ പാസ്സായ ശേഷം രണ്ടാം ലോകമഹായുദ്ധക്കാലത്ത് നേവിയിൽ ചേരുകയായിരുന്നു.

കുട്ടിക്കാലം മുതൽ നാടകത്തോട് എന്തെന്നില്ലാത്ത അഭിനിവേശമുണ്ടായിരുന്നു. ആർട്ടിസ്റ്റ്

ഷെവലിയാർ പി.ജെ ചെറിയാന്റെ നാടകദ്രുപ്പിൽ അഭിനേതാവായി അവസരം ലഭിച്ചുവെങ്കിലും വീട്ടുകാരുടെ അത്യപ്തിമൂലം അതുപേക്ഷിക്കേണ്ടിവന്നു. പിന്നീട് നാടുവിട്ട് നേവിയിൽ ചേർന്നു. 1946 ൽ യുദ്ധം അവസാനിച്ചപ്പോൾ ബ്രിട്ടീഷുകാർക്കെതിരെ സമരം നടത്തിയ നേവിക്കാരെ മുഴുവൻ പിരിച്ചു വിട്ടു. കൂട്ടത്തിൽ ആന്റണിയും പെട്ടു.

നാട്ടിലെത്തിയപ്പോൾ ആന്റണി നേവിയിലുള്ളപ്പോൾ ചങ്ങാതിയായ ടി.കെ മാത്യുവും ചേർന്ന് ആലപ്പുഴയിൽ കലാപ്രേമി നിലയം എന്നൊരു നാടകദ്രുപ്പ് ഉണ്ടാക്കുവാനും ഓടക്കുഴൽ എന്ന നാടകം അവതരിപ്പിക്കുവാനും ശ്രമിച്ചെങ്കിലും സംഗതി നടന്നില്ല. അതേ തുടർന്ന് എറണാകുളത്തേക്ക് തന്നെ മടങ്ങി. നോർത്തിലുള്ള അറു മുഖം അണ്ണാച്ചിയുടെ വർക്ക്ഷോപ്പിൽ ജോലി ചെയ്തു.

അക്കാലത്താണ് തെറ്റിദ്ധാരണ എന്ന നാടകം രചിച്ചതും

പച്ചാളത്തെ സെന്റ് ജോസഫ് സ്കൂൾ ഹാളിൽ സുഹൃത്തുക്കളുമായി ചേർന്ന് നാടകം അവതരിപ്പിച്ചതും. അതോടെ വർക്ക്ഷോപ്പിലെ ജോലി പോയി. വീട്ടുകാരുടെ നിർബന്ധത്തിനു വഴങ്ങി തൊടുപുഴയിൽ ഒരു ബേക്കറി കുറച്ചുകാലം നടത്തിയെങ്കിലും ചിന്ത മുഴുവൻ നാടകത്തിലായിരുന്നതുകൊണ്ട് ബേക്കറി നഷ്ടത്തിൽ കലാശിച്ചു. അതിനിടെ തൊടുപുഴയിലും പരിസരത്തുമുള്ള സുഹൃത്തുക്കളുമായി ചേർന്ന് മശിഹാ ചരിത്രം നാടകം അവതരിപ്പിച്ചു. പക്ഷേ വ്യത്യസ്തനായ ക്രിസ്തുവിന്റെ ഡയലോഗുകൾ പാരമ്പര്യവാദികളേയും പള്ളിപ്രമാണിമാരേയും ചൊടിപ്പിച്ചു. ഒടുവിൽ അത് അടിപിടിയിൽ കലാശിച്ചു. എങ്കിലും നാടകമല്ലാതെ മറ്റൊരു

തൊഴിലും തനിക്കിണങ്ങില്ല എന്ന് ആന്റണിക്ക് ബോധ്യമായി. തിരിച്ചു നാട്ടിലെത്തിയ ആന്റണിയെ എസ്റ്റിമാസ്റ്റർ നാടകത്തിലഭിനയിക്കാൻ ക്ഷണിച്ചു. എൻ. ഗോവ്ദൻ കുട്ടി, ടി എസ്സ് മുത്തു, ഖാൻ തുടങ്ങിയവരുമായി അടുത്ത സൗഹൃദത്തിലായി. ആസാദ്, അമേച്വർ ആർട്ടിസ്റ്റ് അസോസിയേഷൻ, ബരത് രാജ് ആർട്ട് പ്രൊഡക്ഷൻസ്, പ്രതിഭ ആർട്സ് ക്ലബ്ബ്, എന്നിവയിൽ സജീവപ്രവർത്തകനായി. നാടക പരിവർത്തനത്തേപ്പറ്റി തികഞ്ഞ അവബോധമുള്ളവരുടെ കൂടെ സഹകരിക്കാൻ ആന്റണിക്കു കഴിഞ്ഞതോടെ തന്റെ ഉള്ളിലെ പ്രതിഭ പുറത്തുചാടാൻ തുടങ്ങി. എൻ. കൃഷ്ണ പിള്ളയുടെ ഭഗവദം അവതരിപ്പിച്ചത് ഏറെ മാറ്റങ്ങളോടെയായിരുന്നു. സംഗീതനാടകമെന്ന സങ്കല്പത്തെ തകർത്തതിന് ഒരു പാട്ടു പോലുമില്ലാത്ത നാടകം. ഹാർമോണിസ്റ്റിനെ രംഗത്തുനിന്ന് ഒഴിവാക്കിയ നാടകം. കൊച്ചിയിൽ അരങ്ങേറിയ ഭഗവദം നാടകം അഞ്ചുതെങ്ങിൽ ഒരു കുട്ടർ ബുക്ക് ചെയ്തു. എറെ ഉൽകണ്ഠ



യോടെയാണ് നാടകസംഘം അഞ്ചുതെങ്ങിലേക്ക് പുറപ്പെട്ടത്. അവിടെ ചെന്നിറങ്ങുമ്പോൾ “എന്താ ഹാർമോണിയം കാണാത്തത്? ഹാർമോണിസ്റ്റില്ലേ?”

“ഇതുപാട്ടുള്ള നാടകമല്ല” ലീഡറായ എസ്റ്റി പറഞ്ഞു. അതുകേട്ടപ്പോൾ അവർക്കുണ്ടായ അമർഷവും നിരാശയും നാടകട്രൂപ്പുകാർ മനസ്സിലാക്കി. പാട്ടില്ലെങ്കിൽ പോകട്ടെ അത് ഞങ്ങൾ എങ്ങിനെയെങ്കിലും സഹിച്ചോളാം. പക്ഷേ ഹാർമോണിസ്റ്റില്ലാതെ പറ്റില്ലെന്നായി. ഒടുവിൽ നാട്ടുകാർ തന്നെ ഒരു ഹാർമോണിസ്റ്റിനെ തപ്പികൊണ്ടുവന്ന് സ്റ്റേജിലിരുത്തി. എന്നാൽ നാടകം തുടങ്ങും മുൻപ് ഹാർമോണിസ്റ്റിനെ തിക്കിതിക്കി അണിയറയിലേക്ക് മാറ്റി. ഓരോ രംഗം കഴിയുമ്പോഴും ഓരോതന്ത്രം പറഞ്ഞ് ഹാർമോണി



സ്റ്റിനെ പാടാനനുവദിക്കാതെ പിടിച്ചിരുത്തി. അങ്ങിനെ നാടകം അവസാനിപ്പിച്ചു. ചിലർ തെറിവിളിക്കുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ഭാഗ്യമെന്നു പറയട്ടെ, നാടകം കാണാൻ സാക്ഷാൽ കൃഷ്ണ പിള്ളയും ഉണ്ടായിരുന്നു. അദ്ദേഹം നാടകാംഗങ്ങളോട് പറഞ്ഞു: “നാടക മെഴുതുമ്പോൾ ഞാൻ മനസ്സിൽ കരുതിയതെന്താണോ അത് നിങ്ങൾ രംഗത്ത് കാണിച്ചു.” സന്തോഷത്തോടെ നാടകസംഘം നാട്ടിലേയ്ക്ക് മടങ്ങി. ആന്റണി ഒരിക്കൽ ഫോർട്ടുകൊച്ചി മഹിളാസമാജത്തിനു വേണ്ടി ചെറുനാടകങ്ങൾ എഴുതി. ജെ.സി.പാത്താടനുമായിചേർന്ന് പ്രതിഭ എന്ന മാസിക കുറച്ചു നാൾ നടത്തി. പാത്താടന്റെ തന്നെ ഉത്സാഹത്തിലായിരുന്നു പ്രതിഭാ ആർട്ട്സ് ക്ലബ്ബിന്റെ

പ്രവർത്തനങ്ങളും. ആദ്യ നാടകം ചക്രവാളം പ്രശംസ നേടിയെങ്കിലും സാമ്പത്തിക മെച്ചമുണ്ടായില്ല. എങ്കിലും നാടകപ്രവർത്തനത്തിൽതന്നെ ശ്രദ്ധ ക്രേന്ദീകരിച്ച് ആന്റണി മുന്നോട്ടു പോയി. ഒടുവിൽ അംഗീകാരവും വിജയവും കൈയ്യടക്കുകതന്നെ ചെയ്തു. ആന്റണി ഇടതുപക്ഷ അനുഭാവിയായിരുന്നെങ്കിലും ക്ലബ്ബിനെ പാർട്ടിഘടകമാക്കാനുള്ള നീക്കത്തോട് വിയോജിച്ച് ക്ലബ്ബ് വിട്ടു. പാത്താടനുമായി ചേർന്ന് പ്രതിഭാ തീയറ്റേഴ്സ് എന്ന ട്രൂപ്പുണ്ടാക്കി. റൗഡിയായിരുന്നു ആദ്യ നാടകം. കുറെ വർഷങ്ങൾക്കു ശേഷം പി.ജെ. തീയറ്റേഴ്സ് എന്ന ട്രൂപ്പ് തുടങ്ങി. കുറച്ചുകാലം കെ.പി.എ.സി.യിൽ സഹകരിച്ചു. നിങ്ങളെന്നെ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റാക്കി എന്ന നാടകത്തിൽ കാമ്പിശേരി കരുണാകരൻ പകരക്കാരനായി.

കോട്ടയം ചെല്ലപ്പന്റെ ജ്യോതി തീയറ്റേഴ്സ്, കോട്ടയത്തെ കൈരളി തീയറ്റേഴ്സ്, ചാച്ചപ്പന്റെ ഗീത തുടങ്ങിയ ട്രൂപ്പുകളുമായി സഹകരിച്ചിരുന്നു. പാർട്ടിക്കുവേണ്ടിയും മറ്റു ട്രൂപ്പുകൾക്കു വേണ്ടിയും ഒട്ടനവധി നാടകങ്ങൾ എഴുതി. ഏതാണ്ട് 115ലേറെ നാടകങ്ങൾ എഴുതിയിട്ടുണ്ടെന്നാണിവി്. ജീവിതാവസാനംവരെ നാടകവുമായി ബന്ധപ്പെട്ടുകൊണ്ടിരുന്നു.

നാടക രംഗത്ത് സജീവമായി നിൽക്കുമ്പോഴാണ് പി.സുബ്രഹ്മണ്യം നിർമ്മിച്ച രണ്ടിടങ്ങഴിയിലെ നായകനായി 1958 ൽ സിനിമയിൽ സജീവമാകുന്നത്. 75 ചിത്രങ്ങളിൽ അഭിനയിച്ചു. ഏതാനും ചിത്രങ്ങൾക്ക് കഥയും സംഭാഷണവും ഗാനങ്ങളും എഴുതി. 1973ൽ പെരിയാർ എന്ന ചിത്രം സംവിധാനം ചെയ്തു. നിർമ്മാല്യത്തിലെ അഭിനയത്തിനാണ് ഭരത് അവാർഡ് ലഭിച്ചത്.. ചുളയും മണ്ണിന്റെ മാറിലുമാണ് അവസാന ചിത്രങ്ങൾ. ഒട്ടേറെ അവാർഡുകൾ നേടിയ ആന്റണി സംസ്ഥാന സർക്കാരിന്റെ പുരസ്കാരവും സംഗീത നാടക അക്കാദമിയുടെ പുരസ്കാരവും കരഗതമാക്കിയിട്ടുണ്ട്.

നാടക രംഗത്ത് സജീവമായി നിൽക്കുമ്പോഴാണ് പി.സുബ്രഹ്മണ്യം നിർമ്മിച്ച രണ്ടിടങ്ങഴിയിലെ നായകനായി 1958 ൽ സിനിമയിൽ സജീവമാകുന്നത്. 75 ചിത്രങ്ങളിൽ അഭിനയിച്ചു. ഏതാനും ചിത്രങ്ങൾക്ക് കഥയും സംഭാഷണവും ഗാനങ്ങളും എഴുതി. 1973ൽ പെരിയാർ എന്ന ചിത്രം സംവിധാനം ചെയ്തു.

1954 ൽ വിവാഹം. പാല സ്വദേശിനി മേരി (എം.എസ്.ജയ) ഈ ദമ്പതികൾക്ക് രണ്ടു മക്കൾ. 1979 മാർച്ച് 14 ന് മദ്രാസിൽ വച്ചായിരുന്നു ആന്റണിയുടെ അന്ത്യം. പിറ്റേന്ന് ഇടപ്പള്ളിക്കടുത്ത് പോണേക്കര സെന്റ് ജോസഫ് പള്ളിയിൽ മൃതദേഹം സംസ്കരിച്ചു.

1996ൽ ആരംഭിച്ച പി.ജെ.ആന്റണി മെമ്മോറിയൽ ഫൗണ്ടേഷൻ എറണാകുളം കേന്ദ്രമായി സജീവമായി പ്രവർത്തിക്കുന്നുണ്ട്.

(ലേഖകനും ശ്രീ. ജോസഫ് വയിറ്റിലയും ചേർന്ന് പി.ജെ. ആന്റണിയുടെ ജീവിതം നോവൽ രൂപത്തിൽ എഴുതിയത് ഇപ്പോൾ സത്യദീപത്തിൽ ഭരതനടനം എന്ന പേരിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചു വരുന്നു)

•

**ജോഷി ജോർജ്**

joshygeorgecartoonist@gmail.com



## അവിശ്വസനീയമായ നേട്ടം കൊയ്ത ചന്ദ്രിക സോപ്പ്

കേശവന്റെ കല്യാണം നടക്കുമ്പോൾ ആറാം ക്ലാസ് വിദ്യാർത്ഥിനിയിരുന്ന കാർത്ത്യായനി. ഉത്തരവാദിത്തം ഏറിയതോടെ പൊതുപ്രവർത്തനത്തിനോടൊപ്പം ഒരു ജോലി വേണമെന്നായി. അങ്ങനെ ചെന്നുപെട്ടത് നെയ്ത്തിലാണ്.

ധനമെന്നാൽ ബുദ്ധിയല്ല,  
പ്രചോദനമാണ് - ബെഞ്ചമിൻ ഫ്രാങ്ക്ലിൻ

സി.ആർ. കേശവൻ എന്ന യുവാവ് എസ്. എൻ. ഡി.പി യുടെ പ്രവർത്തനവുമായി പൂഞ്ഞാർ പ്രദേശത്ത് കസറുകയാണ്. ഇതിനിടെ ഒരു ഭാര്യയെ വേണമെന്നു തോന്നി. പെണ്ണിനെ തിരക്കി ഇറങ്ങിയതും സ്വയമായിരുന്നു. ഒടുവിൽ കാർത്ത്യായനി എന്നൊരുവളെ കണ്ടെത്തി. കേശവന്റെ കല്യാണം നടക്കുമ്പോൾ ആറാം ക്ലാസ് വിദ്യാർത്ഥിനിയിരുന്ന കാർത്ത്യായനി. ഉത്തര

വാദിത്തം ഏറിയതോടെ പൊതുപ്രവർത്തനത്തിനോടൊപ്പം ഒരു ജോലി വേണമെന്നായി. അങ്ങനെ ചെന്നുപെട്ടത് നെയ്ത്തിലാണ്. നെയ്ത്തു പഠിക്കാൻ ഏറെക്കാലമൊന്നും എടുത്തില്ല. പക്ഷേ ജോലിയിൽ മുഴുകിയപ്പോഴാണ് ഒരു കാര്യം കേശവന് പിടികിട്ടിയത്. ഇതുകൊണ്ടൊന്നും ജീവിക്കാനുള്ള വക കിട്ടില്ലെന്ന്. പിന്നെയെന്താണ് വഴി? തല നന്നായി പുകച്ചു. അതോടെ ഒരു വഴി തുറന്നുകിട്ടി. നാട്ടിൽ ഒരു പലചരക്കുകട തുടങ്ങുക. കൈയ്യിലാണെങ്കിൽ പണമൊട്ടില്ലാതാനും. കടം വാങ്ങി. രാമപുരം പോലീസ്സ്റ്റേഷനു മുന്നിൽ പലചരക്കു





കടയിട്ടു. സൈഡ് ബിസിനസ്സായി ആധാരമെഴുത്തും. പലചരക്കു കച്ചവടത്തിന്റെ കൂടെ കൊപ്രാക്കച്ചവടവും തുടങ്ങി.

കച്ചവടം പച്ച പിടിക്കാൻ തുടങ്ങിയപ്പോൾ കേശവൻ മറ്റൊരു പുലിവാലിൽ കയറി പിടിച്ചു. രാമപുരത്ത് എസ്.എൻ.ഡി.പി. ശാഖയോടൊപ്പം ഒരു സഹകരണ സംഘം ഉണ്ടായിരുന്നു. അതിന്റെ സെക്രട്ടറിയും കേശവനായിരുന്നു. സഹകരണ സംഘം പലർക്കും കടം കൊടുത്തിരുന്നു. കടമെടുത്തവരിൽ ഏറെപ്പേരും കടം തിരികെയടച്ചില്ല. കേന്ദ്ര സംഘത്തിലേക്ക് പണം തിരിച്ചടയ്ക്കേണ്ടതായി വന്നപ്പോൾ കേശവൻ 1200 രൂപയുടെ ഒരു ചിട്ടി തുടങ്ങി. അങ്ങനെ ചിട്ടി ബിസിനസ്സിലും ഒരു കൈ പയറ്റാൻ അദ്ദേഹം തീരുമാനിച്ചു. പെട്ടെന്നാണ് നല്ല നിലയിൽ നടന്നിരുന്ന ആ ചിട്ടിക്കമ്പനി പൊളിയുന്നത്.

1930 കളിലെ ആഗോള സാമ്പത്തിക തകർച്ചയുടെ അലകൾ തിരുവിതാംകൂറിലുമെത്തി. കാർഷികോൽപ്പന്നങ്ങളുടെ കയറ്റുമതി മുടങ്ങി. പെട്ടെന്നായിരുന്നു ഇവയുടെ വില കുത്തനെ ഇടിഞ്ഞത്. കൃഷിക്കാരുടെ പക്കൽ പണം എന്നത് കണികാണാനില്ലാത്ത വസ്തുവായി മാറി. ഇങ്ങനെയുള്ള ഘട്ടത്തിൽ ആരെങ്കിലും ചിട്ടിക്കാൾ അടയ്ക്കുമോ? പണം തിരികെ കിട്ടാതായതോടെ ചിട്ടി കമ്പനി എട്ടു നിലയിൽ പൊട്ടിയെന്നു പ്രത്യേകം പറയേണ്ടതില്ലല്ലോ? കൂടുംബത്തിലെ ഓഹരിയായി കിട്ടിയ മൂന്ന് ഏക്കർ 20 സെന്റ്



എന്തോ തീരുമാനിച്ചുറച്ച് ഭാര്യയോടും മകനോടും യാത്ര പറഞ്ഞ് കേശവൻ വീടുവിട്ടു. നിറകണ്ണുകളോടെ ഗർഭിണിയായ ഭാര്യ കാർത്തായനി കൈവീശി.

സ്ഥലം വിറ്റിട്ടും കടക്കാർക്ക് കൊടുക്കാനുള്ള തുക പോലുമില്ല. സി. ആർ. കേശവൻ 'ഡി ഫാക്ടോ' പാപ്പരായി. കൊല്ലവർഷം 1109, ഇടവപ്പാതിയുടെ കാറും കോളും അന്തരീക്ഷമാകെ മുടിക്കെട്ടി നില്ക്കുന്നു. അതിനേക്കാൾ മുടികെട്ടിയ മനസ്സുമായി കേശവൻ ഇരിക്കുന്നു. എസ്.എൻ.ഡി.പി. യോഗം ഡയറക്ടർ ബോർഡ് അംഗമായ ആ മനുഷ്യൻ അവസാനത്തെ ചില്ലിയും എണ്ണി തീർത്തു. ബാക്കി 23 രൂപ അഞ്ച് ചക്രം! ഇനി എന്തുചെയ്യണം. ആലോചനകൾ വല ചിതറി. ഭാര്യ ഗർഭിണിയാണ്, കുടാതെ മൂലകുടി മാറാത്ത മുത്ത കുട്ടിയും. ജീവിതം വീണ്ടും ഇവിടെ നിന്ന് തുടങ്ങണം. അയാൾ ആറു രൂപയെടുത്ത് ഭാര്യയെ ഏല്പിച്ചു. ബാക്കിയുള്ള 17 രൂപ അഞ്ചു ചക്രം മൂലധനമായുണ്ട്. എന്തോ തീരുമാനിച്ചുറച്ച് ഭാര്യയോടും മകനോടും യാത്ര പറഞ്ഞ് കേശവൻ വീടുവിട്ടു. നിറകണ്ണുകളോടെ ഗർഭിണിയായ ഭാര്യ കാർത്തായനി കൈവീശി.

ഉടുമുണ്ടിനും ഷർട്ടിനും പുറമേ ഒരു പഴയ കൂടയും കൂടി എടുത്തു. മഴ ചാറാൻ തുടങ്ങുന്നു. ഇടവം ആറാം തീയതിയാണ് ഭാര്യയോട് മാത്രം സത്യം പറഞ്ഞു - താൻ നാടുവിടുകയാണെന്ന്. കോട്ടയത്തേക്കാണ് ആദ്യം പോയത്. അവിടെ ഒന്നുമൊത്തില്ല. പിന്നെ തിരുവനന്തപുരത്തേക്ക് തിരിച്ചു. അവിടേയും ഒരു മാർഗ്ഗം തരപ്പെട്ടു വന്നില്ല. രക്ഷയില്ലാതെ ചെമ്പഴത്തിയിൽ ചെന്നു. ധർമ്മ തീർത്ഥം സ്വാമികളുടെ കൂടെ താമസമാരംഭിച്ചു. ചെമ്പഴത്തിയിൽ ഒരു നേരം ഭക്ഷണം കിട്ടും. പച്ചരിച്ചോറും തേങ്ങാ ചമ്മന്തിയും. പകരം എന്നും കാലത്ത് ആശ്രമത്തിലെ ചെടികൾ നനയ്ക്കണം. രാവിലെ ലഭിക്കുന്ന പച്ചരിച്ചോറിൽ പാതി മാറ്റിവെച്ച് രാത്രി ഭക്ഷണമാക്കും. ചെമ്പഴത്തിയിലും അധികം തങ്ങിയില്ല. അവിടെ നിന്ന് കേശവൻ പോയത് അരുവിപ്പുറത്തേയ്ക്കായിരുന്നു. ഒരു ചക്രം കൊടുത്താൽ ക്ഷേത്രത്തിലെ നിവേദ്യമായ ചോറും അറുവി ചണ്ഡാലക്കുളമ്പ് എന്ന കറിയും കിട്ടും. അത്താഴം അതോടെ അവസാനിച്ചു. ഉച്ചയ്ക്ക് ഒരു നേരം മാത്രം ആഹാരം കഴിച്ച് നെയ്യാറ്റിൻകരയിൽ ഷൺമുഖ വിലാസം പ്രസ്സിൽ കമ്പോസിംഗ് പഠിക്കാൻ തുടങ്ങി. ഒപ്പം അവിടെ ആധാരം എഴുത്ത് പണിയും തുടങ്ങി.



ഏഴുമാസക്കാലത്തെ അരപ്പട്ടിണിക്കു ശേഷം 1110 - ലെ വ്യക്തിക മാസത്തിൽ വടക്കൻ പ്രദേശത്തേക്ക് കേശവൻ യാത്ര തിരിച്ചു. മുഷിഞ്ഞു തുടങ്ങിയ മുണ്ടും കീറി തുടങ്ങിയ ഷർട്ടും നീണ്ട താടി എല്ലാം തോലുമായ ഒരു മനുഷ്യക്കോലം. തൃശൂർ റെയിൽവേ സ്റ്റേഷനിൽ വന്നിറങ്ങി. ജീവിക്കാൻ വേണ്ടി ചെയ്ത സകല മാർഗ്ഗങ്ങളും അമ്പേ പരാജയം. കേവലം ആറു ഉറുപ്പിക മാത്രം കൊടുത്തിട്ടു പോന്ന ഭാര്യയ്ക്ക് എന്തു സംഭവിച്ചു എന്നുപോലും അറിയില്ല. അതോർത്ത് ഉറങ്ങാത്ത രാത്രികളാണേറെയും. പക്ഷേ എങ്ങിനെ തിരിച്ചു ചെല്ലും? തിരിച്ചു ചെന്നിട്ട് എന്തു ചെയ്യാൻ ! അങ്ങനെ കറങ്ങിത്തിരിഞ്ഞ് ഏരുരുള്ള നരസിംഹ സ്വാമികളുടെ ആശ്രമത്തിലെത്തി. അവിടെ വെച്ചാണ് സിദ്ധവൈദ്യനായ രാമാനന്ദസ്വാമികളെക്കുറിച്ച് കേശവൻ കേൾക്കുന്നത്. സിദ്ധവൈദ്യം പഠിച്ചാൽ ജീവിക്കാനുള്ള വരുമാനം ലഭിക്കുമെന്നു തോന്നിയ കേശവൻ സ്വാമികളെ കാണാൻ തന്നെ തീരുമാനിച്ചു.

കൈയ്യിൽ ഒരു ചില്ലിക്കാശില്ല. വിശപ്പു കൊണ്ട് ഒരടി നടക്കാൻ വയ്യ. പച്ചവെള്ളം മാത്രം കുടിച്ച് തൃശൂർ അങ്ങാടി മുഴുവൻ അലഞ്ഞുതിരിഞ്ഞു നടന്നു. ഒടുവിൽ തളർന്നു വഴിയരികിൽ വീണുപോയി. എപ്പോഴോ കണ്ണു തുറന്നപ്പോൾ ഷർട്ടിൽ കിടക്കുന്ന സ്വർണ്ണ ബട്ടൺസ് ശ്രദ്ധയിൽപ്പെട്ടു. അതു വീല്ക്കാൻ ഒരു സ്വർണ്ണക്കട തിരക്കിയായി പിന്നെയുള്ള നടത്തം. അങ്ങിനെ നടന്നു നടന്ന് ഒരു സ്വർണ്ണക്കടയുടെ മുൻപിലെത്തി. സ്വർണ്ണബട്ടൺ ഊരി കൊടുത്തപ്പോൾ ആൾ വല്ല കള്ളനുമായിരിക്കുമെന്നാണ് സ്വർണ്ണക്കടക്കാരൻ കരുതിയത്. വിശപ്പുകൊണ്ട് പരവശനായ ചെറുപ്പക്കാരന്റെ മുഖത്തെ ദൈന്യത കണ്ടപ്പോൾ അയാൾക്ക് ദയ തോന്നിയിരിക്കണം. സ്വർണ്ണ ബട്ടൺ വിലയ്ക്കെടുക്കാമെന്ന് അയാൾ സമ്മതിച്ചു. ഒരു രൂപ രണ്ട് അണ എടുത്ത് കേശവന്റെ കൈയ്യിൽ വെച്ചു കൊടു



ത്തു. അതുകൊണ്ട് ആദ്യം കണ്ട ചായക്കടയിൽ കയറി. കിട്ടിയതൊക്കെ വലിച്ചുവാരി തിന്നു. വിശപ്പടങ്ങിയപ്പോൾ എഴുന്നേൽക്കാൻ വയ്യ. അവിടെതന്നെയിരുന്നു കൂറേ നേരം വിശ്രമിച്ച ശേഷം നേരെ കുർക്കാഞ്ചേരിക്ക് വിട്ടു. സിദ്ധവൈദ്യാശ്രമത്തിലെ രാമാനന്ദസ്വാമികളെ കാണണം. പ്രതീക്ഷിച്ച സ്വാഗതമല്ല സ്വാമികളിൽ നിന്നും ലഭിച്ചത്. ഏതായാലും ഒരു രാത്രിമാത്രം അവിടെ തങ്ങാൻ അനുവദിച്ചു.

കേശവൻ നിരാശനായില്ല. പിറ്റേ ദിവസം അവിടെ നിന്നൊട്ട് ഇറങ്ങിപ്പോന്നുമില്ല. ഇറക്കിവിട്ടാലും പോകില്ല എന്ന ദൃഢനിശ്ചയത്തിലാണ് കേശവൻ. രാമാനന്ദസ്വാമികളുടെ അടുത്തു നിന്ന് വൈദ്യം പഠിക്കുക അത്ര എളുപ്പമുള്ള കാര്യമായിരുന്നില്ല. എന്തും സഹിച്ച് സ്വാമികളുടെ അടുത്തു നിന്നും വൈദ്യം പഠിക്കാൻ തന്നെ കേശവൻ തീരുമാനിച്ചു. അഞ്ചു വർഷവും ആറു മാസവും അവിടെ താമസിച്ചു

രാമാനന്ദസ്വാമികളുടെ അടുത്തു നിന്ന് വൈദ്യം പഠിക്കുക അത്ര എളുപ്പമുള്ള കാര്യമായിരുന്നില്ല. എന്തും സഹിച്ച് സ്വാമികളുടെ അടുത്തു നിന്നും വൈദ്യം പഠിക്കാൻ തന്നെ കേശവൻ തീരുമാനിച്ചു.

ഒരു രാത്രിമാത്രം തങ്ങാൻ അനുവദിച്ച ആശ്രമത്തിൽ. അതുമാത്രമല്ല, ആ ആശ്രമത്തിന്റെ മാനേജർ പദവിയിൽ വരെ എത്തിച്ചേർന്നു കേശവൻ. വൈദ്യം മാത്രമല്ല, എങ്ങനെ ജീവിക്കണമെന്നുകൂടി കേശവൻ ആ ആശ്രമത്തിൽ നിന്നും പഠിച്ചെടുത്തു. ഒരു മികച്ച ഉദ്യോഗം നേടാൻ ആവശ്യമായ വിദ്യാഭ്യാസമോ ബിസിനസ്സ് ചെയ്യാനുള്ള മൂലധനമോ കൈയ്യിലില്ലെങ്കിലും ജീവിതത്തിൽ ചിലതെല്ലാം നേടാനാകുമെന്ന ആത്മവിശ്വാസം കൈവന്നു.

തികഞ്ഞ ശുഭാപ്തി വിശ്വാസക്കാരനായിരുന്നു സ്വാമികൾ. കൈയ്യിൽ ഒരു പൈസപോലുമില്ലാതെയാണ് വലിയ വലിയ പരിപാടികൾ ആരംഭിച്ചിരുന്നതും നടപ്പിലാക്കിയിരുന്നതുമെന്ന കാര്യം കേശവൻ അറിഞ്ഞു. ഓരോ രോഗത്തിന് പണക്കാരനോട് വലിയ ഫീസ് വാങ്ങുമ്പോൾ, പാവപ്പെട്ടവരോട് തുച്ഛമായ തുകയേ സ്വാമികൾ വാങ്ങിക്കുമായിരുന്നുള്ളൂ എന്ന കാര്യം കേശവൻ പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധിച്ചു. രാമാനന്ദസ്വാമികളുടെ ചികിത്സ തേടി കേരളത്തിനകത്തും





പുറത്തു നിന്നുമൊക്കെ ഒട്ടേറെ രോഗികൾ കുർക്കോഞ്ചേരി സിദ്ധവൈദ്യാശ്രമത്തിൽ എത്തിയിരുന്നു. എല്ലാത്തരം രോഗികളേയും അവരുടെ രോഗലക്ഷണങ്ങളും അവയ്ക്ക് സ്വാമി നല്കിയിരുന്ന മരുന്നുകളും കേശവൻ ശ്രദ്ധയോടെ പഠിച്ചു. ക്രമേണ സ്വാമികളില്ലാത്തപ്പോൾ ആശ്രമത്തിലെത്തുന്ന രോഗികളെ ചികിത്സിക്കാനും തുടങ്ങി കേശവൻ. മറ്റു പല വൈദ്യന്മാരും കൈയൊഴിഞ്ഞവരെ ചികിത്സിച്ചു സുഖപ്പെടുത്താനും കേശവന് കഴിഞ്ഞു. ഇരിങ്ങാലക്കുടയിലെ മനോനില തെറ്റിയ ഒരു രോഗിയെ ചികിത്സിച്ചു ഭേദമാക്കിയപ്പോൾ ആ രോഗിയുടെ ബന്ധുക്കൾ വന്ന് ഇരിങ്ങാലക്കുടയിൽ ഒരു വൈദ്യശാലയിടാൻ നിർബന്ധിച്ചു. അങ്ങനെ തന്റെ ഗുരുവായ രാമാനന്ദസ്വാമികളുടെ അനുമതി വാങ്ങി കേശവൻ ഇരിങ്ങാലക്കുടയ്ക്ക് തിരിച്ചു.

നാടുവിട്ടു നീണ്ട ആറു സംവത്സരങ്ങളും 39 ദിനങ്ങളും കഴിഞ്ഞ് മറ്റൊരു മഴക്കാലത്ത് 1115 മിഥുനം 15-ാം തീയതി ഇരിങ്ങാലക്കുട ശ്രീനാരായണ ഭക്തസമുദായോദ്ധാരണ സമാജം ഓഫീസിനടുത്ത് സി. ആർ. കേശവൻ വൈദ്യരുടെ സിദ്ധവൈദ്യാശ്രമം ഉദ്ഘാടനം ചെയ്യപ്പെട്ടു. രാമാനന്ദസ്വാമികൾ കൊടുത്ത 50 രൂപയും ഒരു ചെറിയ പെട്ടി മരുന്നുകളുമായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ മൂലധനം. അങ്ങനെയാണ് ചുള്ളിക്കാട്ട് രാമൻ മകൻ സി. ആർ. കേശവൻ, കേശവൻ വൈദ്യരാകുന്നതും ചന്ദ്രിക സോപ്പിന്റെ ഉടമയായതും. 1940 കളോടെ കേശവൻ വൈദ്യർ പേരെടുത്ത ചികിത്സകനായി മാറി. അദ്ദേഹം സ്വയം മരുന്നുകൾ തയ്യാറാക്കുകൊടുത്തിരുന്നു. അങ്ങനെയാണ് ചർമ്മരോഗങ്ങളെ ചെറുക്കുന്ന ചന്ദ്രിക സോപ്പിന്റെ പിറവി. ഈ ഔഷധവീര്യമുള്ള സോപ്പ് കാൽനടയായും മറ്റും കടകളിലും വീടുകളിലും എത്തിച്ചത് കേശവവൈദ്യൻ തന്നെയാണ്.

ഏതാണ്ട് 55 വർഷം മുൻപ് നടന്ന ഒരു സംഭവം

പരയാം. സ്ഥലം തൊടുപുഴ ബസ് സ്റ്റാന്റ്. സമയം അർദ്ധരാത്രിയോടടുക്കുന്നു. പാലായ്ക്കുള്ള ബസ് പുറപ്പെടാനൊരുങ്ങുന്നു. യുവതം വിടപറഞ്ഞുകുന്നിട്ടില്ലാത്ത വെളുത്തു മെലിഞ്ഞ ഒരു താടി കാരൻ രണ്ടുകൈകളിലും ഓരോ ഇരുമ്പു പെട്ടിയും തൂക്കി പിടിച്ച് ഓടിക്കിതച്ചെത്തി. ബസ്സിൽ കാൽകുത്താൻ ഇടമില്ല. പിന്നാലെ ഗോവണിപ്പടിയിൽ പിടിച്ചു നില്ക്കട്ടെ? ആ യാത്രക്കാരൻ കണ്ടക്ടറോട് ചോദിച്ചു. എന്തെങ്കിലും സംഭവിച്ചാൽ ഞങ്ങൾ ഉത്തരവാദികളല്ല, കണ്ടക്ടറുടെ മറുപടി. യാത്രക്കാരൻ ഇരുമ്പു പെട്ടികൾ ബസ്സിന്റെ പുറത്ത് കയറ്റിയിട്ടു. ഗോവണിയിൽ പിടിച്ചു നിന്നു. ബസ് ഓടിതുടങ്ങി. പൊടിപടലം ആകെ മുടി (അന്ന് റോഡുകളൊന്നും ടാർ ചെയ്തിരുന്നില്ല). അയാൾ കണ്ണടച്ചു പിടിച്ചു. ഓരോ കുഴിയിൽ വീഴുമ്പോഴും തെറിച്ച് വീഴുമെന്നു തോന്നി. അങ്ങനെ 30 കിലോ മീറ്റർ യാത്ര ചെയ്ത് പാലായിലെത്തി. യാത്രക്കാരൻ ചെമ്മണ്ണു പൊതിഞ്ഞ ഒരു ജീവൽപ്രതിമയായിക്കഴിഞ്ഞിരുന്നു. എങ്കിലും ഉദ്ദേശിച്ച സ്ഥലത്ത് എത്തിയല്ലോ. ബസ്സിന്റെ മുകളിൽ കയറി പെട്ടികൾ ഇറക്കി. അവയും തൂക്കിപ്പിടിച്ച് നടന്നുപോയി. ആറ്റിലിറങ്ങി നന്നായി മുങ്ങിക്കുളിച്ചു. സി. ആർ. കേശവവൈദ്യരായിരുന്നു ആ യാത്രക്കാരൻ. ഒന്നു രണ്ടു ജോലിക്കാരുടെ സഹായത്തോടെ താനും സഹധർമ്മിണിയും വിദ്യാർത്ഥിയായ മകനും നിർമ്മിക്കുന്ന ചന്ദ്രിക സോപ്പ് വില്ക്കാനിറങ്ങിയതാണ് അദ്ദേഹം.

പിന്നീട് ഭാരതം മുഴുവൻ അറിയപ്പെടുന്ന വ്യവസായ പ്രമുഖനായി തീർന്ന ചെറുപ്പക്കാരന്റെ ആദ്യകാലയാതനകൾ 1988 ൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച സി. ആർ. കേശവവൈദ്യർ ശതാഭിഷേക ഉപഹാരത്തിൽ വിവരിച്ചിരിക്കുന്നതാണിത്. ഇങ്ങനെ ഒട്ടേറെ കഷ്ടപ്പാടിലൂടെ പടുത്തുയർത്തിയ ചന്ദ്രിക സോപ്പിന്റെ ഗുണമേന്മ അറിഞ്ഞ ഉപഭോക്താക്കൾ വീണ്ടും വാങ്ങാൻ തുടങ്ങി. അങ്ങനെ ആയുർവേദ സോപ്പിന്റെ വിപണിയിൽ ചന്ദ്രിക വഴിത്തിരിവായി.

ഒന്നുകിൽ നയിക്കുക, അല്ലെങ്കിൽ അനുഗമിക്കുക, അതുമല്ലെങ്കിൽ വഴിമാറുക - ടെഡ് ടർണർ



ജോഷി ജോർജ്ജ്

joshygeorgecartoonist@gmail.com

പത്രപ്രവർത്തകനും ടി.വി. അവതാരകനും മൈൻഡ് പവർ ട്രെയ്നറുമാണ് ലേഖകൻ.



# സത്യദർശനത്തിന്റെ ആദ്യാക്ഷര ജ്യോതിസ്

Publishers of:

Deepika Daily  
Rashtra Deepika  
Business Deepika  
Karshakan  
Sthreedhanam  
Rashtra Deepika Cinema  
Kuttikalude Deepika  
Children's Digest  
deepika.com



THE FIRST MALAYALAM DAILY ESTD 1887

Rashtra Deepika Ltd.

Registered Office & Head Office: Rashtra Deepika Ltd,  
College Road, Kottayam, Kerala - Pin - 686001  
Phone: 0481 - 3012222, Fax: 0481 - 3012006

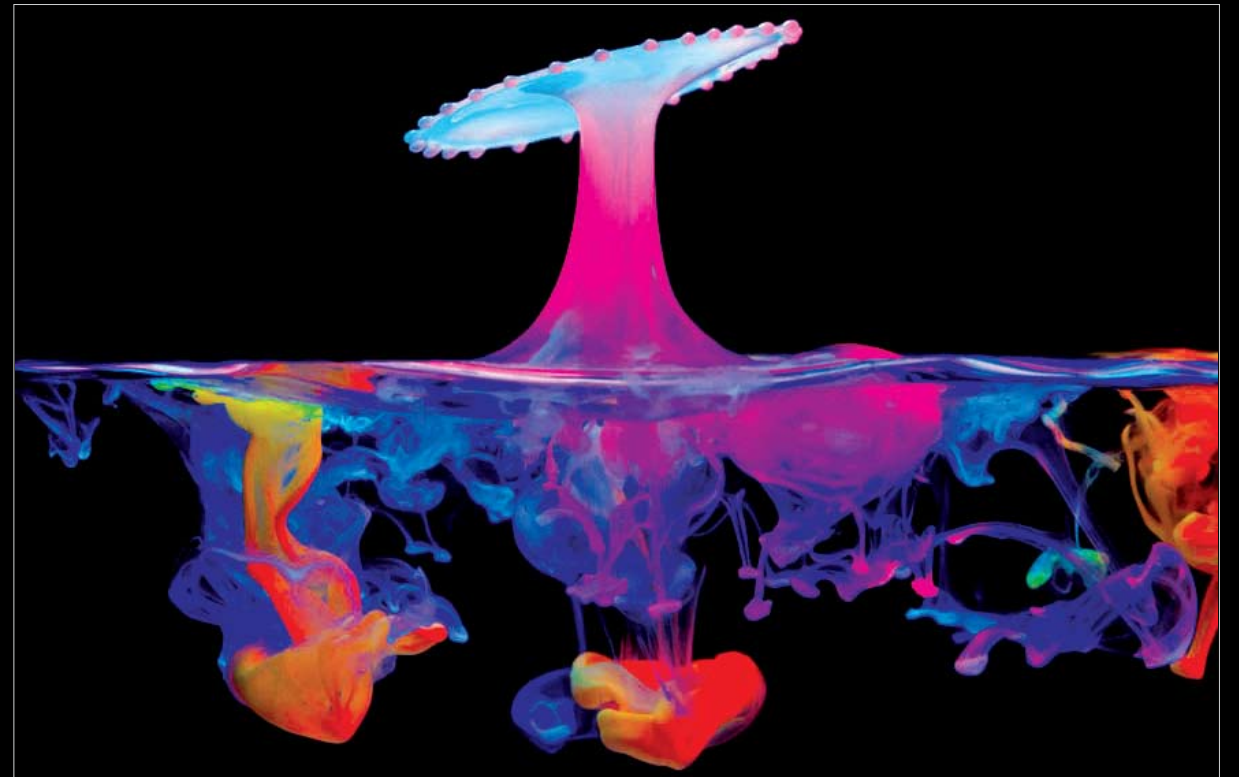


# Liquid Drop Art- Photography by Corrie White



corrie white

മനുഷ്യനേത്രങ്ങൾക്ക് പൊതുവായി കാണാൻ സാധിക്കാത്ത വസ്തുക്കളെയും അവയുടെ മനോഹാരിതയെയും ദൃഷ്ടിഗോചരമാക്കുക എന്നതാണ് മാക്രോഫോട്ടോഗ്രാഫി എന്ന സങ്കേതത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. സൂക്ഷ്മതലത്തിലുള്ള സൗന്ദര്യത്തെയാണ് ഇത് ഫോക്കസ് ചെയ്യുന്നതുതന്നെ. ഈ മേഖലയിൽ ഒരു പുത്തൻ മുന്നേറ്റം തന്നെ നടത്തിയിരിക്കുകയാണ് നെതർലന്റ് സ്വദേശിനിയായ ഫോട്ടോഗ്രാഫർ കോറിവൈറ്റ്. ജലം പോലെയുള്ള ദ്രവരൂപവസ്തുക്കളിൽ ചലനം സൃഷ്ടിക്കുമ്പോൾ അവയിൽ ഉരുത്തിരിയുന്ന അത്ഭുതരൂപങ്ങളാണ് കോറിയുടെ ക്യാമറാക്കണ്ണുകളിലൂടെ ലോകം കണ്ടത്. Mumfordന്റെ Time Machine, ജലത്തിൽ ചലനം തിർക്കുന്നതിനായി ഡിപ് കിറ്റ്, ക്യാമറ എന്നിവയാണ് പ്രധാനമായും ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയതെങ്കിലും ചിത്രങ്ങൾ വർണ്ണാഭമാക്കുന്നതിനായി ജലത്തിൽ ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന നിറങ്ങൾ, പാൽ, ഫ്ലൂറഷ് ജെല്ലുകൾ എന്നിവയും ചേർത്തു. ഈ പരീക്ഷണത്തിന്റെ ഫലം വിസ്മയകരമായിരുന്നു.



## EQUIPMENT LIST

- Canon EOS 50D
- Speedlite 580EX II
- Speedlite 430EX II
- Canon EF100mm f/2.8 Macro USM lens

- [optional] The Time Machine and Drip Kit
- Universal Photo Timer and StopShot are other alternatives but Hiviz is the cheapest option if you are willing to toy around with electronics
- Camera Axe is yet another alternative, though not the cheapest





**SAVE PAPER, SAVE THE PLANET**

Creative Directors:  
Simon Wooller

Agency:  
SAATCHI & SAATCHI A/S

Client:  
WWF

Art Directors / Copywriters  
Cliff Kagawa Holm, Silas Jansson



**NISSAN - "KANGAROO"**

Agency:  
BBDO Portugal Agência de  
Publicidade

Advertiser:  
Nissan Motor Corp.

Brand:  
Nissan



**BREATHE RIGHT: TRAIN**

Creative Director:  
Sonic Choy

Agency:  
Grey Hong Kong

Client:  
Olympus

Copywriter:  
Halo Cheng



**BECOME SOMEONE ELSE, 4**

Creative Directors:  
Tomas Ramanauskas

Art Director:  
Gediminas Saulis

Copywriter:  
Tomas Ramanauskas

Agency:  
Love Agency, Vilnius,  
Lithuania

Photographer:  
Cyclopes-Photo.com



**PENGUIN AUDIOBOOKS:  
WILLIAM SHAKESPEARE**

Chief Creative Officer:  
Prasoon Joshi

Creative Directors:  
Talha Nazim, Rohit Devgun

Agency:  
McCann Worldgroup,  
Mumbai, India

Copywriters:  
Talha Nazim, Rohit Devgun

Illustrator:  
Lamanoestudio.cl

Client:  
Penguin Audiobooks





# ഉത്ഭവവും വളർച്ചയും

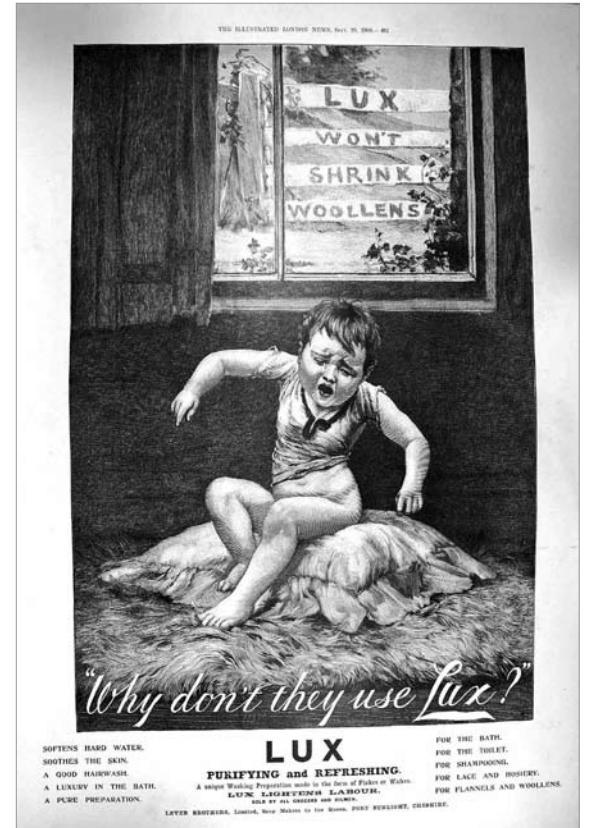
ഒരു ട്രേഡ് നെയിമെന്ന നിലയിൽ ലക്സിനു ധാരാളം സവിശേഷതകളുണ്ടായിരുന്നു. അന്ന് വിപണിയിലുണ്ടായിരുന്ന മറ്റുൽപ്പന്നങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് തീരെ ചെറിയ പേരായിരുന്നു അത്. അത് പെട്ടെന്നു തന്നെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ പ്രചാരത്തിനു കാരണമായി മാറി.

**സൗ**ന്ദര്യ സംരക്ഷണത്തിന്റെ 90 വർഷത്തെ ചരിത്രമാണ് ലക്സ് സോപ്പിനു പറയാനുള്ളത്. അലക്കു സോപ്പായി തുടങ്ങിയ ലക്സ് ഇന്ന് ഇന്ത്യ, പാക്കിസ്ഥാൻ, ബ്രസീൽ, തായ് ലൻഡ്, സൗത്ത് ആഫ്രിക്ക എന്നീ വികസ്വര രാജ്യങ്ങളിലെ മാർക്കറ്റ് കൈയ്യടക്കിയിരിക്കുന്നു.

1899 ൽ ബ്രിട്ടണിലാണ് ലക്സിന്റെ ജനനം. വിലയം ഹസ്കെത് ലെവറും (William Hesketh Lever) അദ്ദേഹത്തിന്റെ സഹോദരനായ ജെയിംസും ചേർന്ന് 1885 ൽ സ്ഥാപിച്ച ലെവർ ബ്രദേഴ്സ് (Lever Brothers) കമ്പനിയാണ് ഈ സോപ്പിന്റെ നിർമ്മാതാക്കൾ. ഗ്ലിസറിൻ, വെജിറ്റബിൾ ഓയിൽ, പാമോയിൽ എന്നിവ ചേർത്തു നിർമ്മിച്ച സൺലൈറ്റ് സോപ്പ് എന്ന ട്രാൻസ്പെരന്റ് സോപ്പാണ് അവർ ആദ്യം ഉൽപ്പാദിപ്പിച്ചത്. അതു തന്നെ നേർത്ത അടരുകളായി ഉണ്ടാക്കിയെടുത്ത സൺലൈറ്റ് ഫ്ലേക്ക് സോപ്പാണ് (Sunlight flake soap) ഇന്നു കാണുന്ന ലക്സിന്റെ

ആദ്യരൂപം. 1895 ൽ ന്യൂയോർക്കിൽ ലെവർ കമ്പനിയുടെ ആദ്യത്തെ ഓഫീസ് തുടങ്ങി. വസ്ത്രങ്ങൾ കഴുകുന്നതിനായി അക്കാലത്ത് വലിയ സോപ്പുകുട്ടകൾ ആണ് ഉപയോഗിച്ചിരുന്നത്. ഇവയുടെ നിരന്തരോപയോഗം മൂലം വസ്ത്രങ്ങളുടെ നിറം കെടുകയും എളുപ്പം കേടു വരികയും ചെയ്യുമായിരുന്നു. അതിനൊരു പുതിയ പരിഹാര മാർഗ്ഗമായിരുന്നു ലക്സ്.

1900 ൽ തന്നെ ഫ്ലേക്ക് സോപ്പ് ലക്സ് എന്നു പേരുമാറി കഴിഞ്ഞിരുന്നു. ഒരു ട്രേഡ് നെയിമെന്ന നിലയിൽ ലക്സിനു ധാരാളം സവിശേഷതകളുണ്ടായിരുന്നു. അന്ന് വിപണിയിലുണ്ടായിരുന്ന മറ്റുൽപ്പന്നങ്ങളെ അപേക്ഷിച്ച് തീരെചെറിയ പേരായിരുന്നു അത് . അത് പെട്ടെന്നു തന്നെ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ പ്രചാരത്തിനു കാരണമായി മാറി. ലക്സ് എന്ന ലാറ്റിൻ പദത്തിന്റെ അർത്ഥം പ്രകാശമെന്നാണ്. സൂര്യപ്രകാശത്തോട് ബന്ധം വരുന്ന ഈ പദം സൺലൈറ്റ് ഫ്ലേക്സിന്റെ ഒറ്റപ്പദമായിത്തീർന്നു. 1929 ലാണ് ലക്സ് ഇന്ത്യയിൽ വിപണിയിൽ ലഭ്യമായിത്തുടങ്ങുന്നത്. 1930 മുതൽ 70 വരെയുള്ള കാലഘട്ടം ലക്സിന്റെ ചരിത്രത്തിലെ ഏറ്റവും പുരോഗമനപരമായ ഒരേടാണ്. അക്കാലത്ത് മാറിവരുന്ന ഫാഷൻ സങ്കല്പങ്ങൾക്കനുസൃതമായി വ്യത്യസ്ത നിറങ്ങളിലും പാ



ലേഡീസ് ഹോം ജേർണൽ പോലെ സ്ത്രീകൾ കൂടുതൽ വായനക്കാരായുള്ള മാധ്യമങ്ങളിലാണ് ലക്സ് പരസ്യം ചെയ്തുതുടങ്ങിയത്

ക്കേജുകളിലും വിപണിയിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു. 1958 ൽ പിങ്ക്, വെളുപ്പ്, നീല, പച്ച, മഞ്ഞ എന്നീ അഞ്ചുനിറങ്ങളിൽ സോപ്പ് വിപണിയിൽ ലഭ്യമായിത്തുടങ്ങി. 1990 കളിൽ ലക്സിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്ത ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമിറങ്ങിത്തുടങ്ങി. പവർ ജെല്ലുകൾ, ലികാഡ് സോപ്പുകൾ, മോയിസ്ചറൈസിംഗ് ബാറുകൾ, ക്രീമുകൾ എന്നിങ്ങനെ ഒരു നീണ്ടനിര തന്നെയുണ്ടായിരുന്നു. ഇന്ന് 100 രാജ്യങ്ങളിൽ വിൽക്കപ്പെടുന്ന ലക്സ് 2005 ൽ മാത്രം 1.0 മില്ല്യൺ യൂറോയാണ് വിറ്റുവരവ് നേടിയത്.

## ലക്സ് പരസ്യം

ലെവർകമ്പനിയുടെ മറ്റുൽപ്പന്നങ്ങൾക്കു വേണ്ടി പരസ്യം ചെയ്ത J.Walter Thomson കമ്പനിയാണ് ലക്സിനു വേണ്ടിയും പരസ്യങ്ങൾ ചെയ്തത്. ഈ ഉൽപ്പന്നത്തിനു വേണ്ടി ചെയ്ത ഏറ്റവും പ്രധാനപ്പെട്ട പ്രമോഷണൽ തീം Lux won't shrink woollens ആയിരുന്നു. എല്ലാത്തരത്തിലുള്ള വസ്ത്രങ്ങളും കേടു കൂടാതെ കഴുകുന്നതിനുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച ഉപാധിയാ







ലക്സ് സോപ്പിനെ ഉപയോക്താക്കൾക്കായി JWT നിർദ്ദേശിച്ചു. അതിനു വേണ്ടി ന്യൂസ് പേപ്പർ ക്യാമ്പയിൻ ആണ് ആദ്യം ആരംഭിച്ചത്. ന്യൂയോർക്കിലെ പത്രങ്ങളിൽ ഈ പരസ്യം പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു; this wonderful new product എന്ന തലവാചകത്തോടു കൂടി. ക്യാമ്പയിൻ വിജയകരമായിത്തീർന്നു. 1915 ലെ സെയിൽസ് 10,000 കെയ്സുകളായിരുന്നതിൽ നിന്ന് 1918 എത്തിയപ്പോഴേക്കും ഒരു മില്യണിലധികം കെയ്സുകളിലേക്കുയർത്തപ്പെട്ടു.

ലക്സിന്റെ ആദ്യകാല ക്യാമ്പയിനുകൾ ഈ പുതിയ ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ച് ഉപയോക്താക്കളെ പഠിപ്പിക്കുന്നതിനുള്ളതായിരുന്നു. ലേഡിസ് ഹോം ജേർണൽ പോലെ സ്ത്രീകൾ കൂടുതൽ വായനക്കാരായുള്ള മാധ്യമങ്ങളിൽ പരസ്യം ചെയ്യാനാരംഭിച്ചു. അവയെല്ലാം അക്കാലത്തെ ഏറ്റവും മികച്ച ആകർഷകമായ കളരിലും ഇല്യൂസ്ട്രേഷനിലുമാണ് അച്ചടിച്ചു വന്നത്. ചില പരസ്യങ്ങൾ the pure essence of soap in flakes എന്ന ടാഗ് ലൈനോടുകൂടി വയറായിരുന്നു.

# Burger King



9.19<sup>START</sup>  
二つの  
非常識

KURO 2 Good to be True.

അകാ സമുദായിക്കു മുൻപ് പൂർണ്ണമായും കറുപ്പ് നിറത്തിലുള്ള കുറോ ബർഗർ നിർമ്മിച്ചാണ് ബർഗർ കിംഗ് ജപ്പാൻ പുതിയ സംരംഭത്തിന് തുടക്കമിട്ടത്.

ഉപഭോക്താക്കളെ ആകർഷിക്കാൻ ഒരു പുത്തൻ നയവുമായാണ് ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് രംഗത്തെ വമ്പൻ കമ്പനിയായ ബർഗർ കിംഗ് ജപ്പാൻ രംഗത്തെത്തിയിരിക്കുന്നത് . അകാ സമുദായ് എന്ന ബർഗറാണ് അവരുടെ ഈ പുതിയ ഐറ്റം. ചുവപ്പു കളർ ചീസ്, ബണ്ണുകൾ, സോസ് തുടങ്ങി എല്ലാത്തിലും ചുവപ്പിന്റെ പ്രളയം . ഇതിനായി ഏതെങ്കിലും ഫുഡ് കളറാണ് ഉപയോഗപ്പെടുത്തിയതെന്ന് കരുതിയെങ്കിൽ തെറ്റി. ശുദ്ധമായ തക്കാളി തന്നെയാണ് ഈ നിറത്തിനാധാരം. ആരോഗ്യത്തിന് ഹാനികരമല്ലാത്ത എന്നാൽ ആകർഷകവും രുചികരവുമായ ഫാസ്റ്റ് ഫുഡു കളിലൂടെ വിപണനം ഇറട്ടിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് ഈ പുതിയ തന്ത്രത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. അകാ സമുദായിക്കു മുൻപ് പൂർണ്ണമായും കറുപ്പ് നിറത്തിലുള്ള കുറോ ബർഗർ നിർമ്മിച്ചാണ് ബർഗർ കിംഗ് ജപ്പാൻ പുതിയ സംരംഭത്തിന് തുടക്കമിട്ടത്.

ഇതിൽ നിറത്തിനായി മുളക്കരിയും കണവ മത്സ്യത്തിന്റെ മഷിയുമാണ് ചേർത്തത്. “തുടക്കത്തിൽ ഞങ്ങൾക്ക് വലിയ പരസ്യങ്ങളൊന്നും ചെയ്യാനുള്ള ബജറ്റ് ഉണ്ടായിരുന്നില്ല. അതിനാൽ തന്നെ ഉൽപ്പന്നത്തിൽ പ്രത്യേകതകൾ കൊണ്ടു വന്ന് ഒരു ബ്രാൻഡ് ഐഡന്റിറ്റി നിർമ്മിച്ചെടുക്കേണ്ടതായി വന്നു. ഇന്ന് ഭീമമായ പണ

ചെലവൊന്നും കൂടാതെ തന്നെ മാർക്കറ്റിൽ പ്രധാനമായ ഒരു സ്ഥാനം നിലനിർത്താൻ സാധിക്കുന്നുണ്ട്” ബർഗർകിംഗ് ജപ്പാന്റെ ബിസിനസ്സ് മാനേജ്മെന്റ് വിഭാഗത്തിലെ ജനറൽ മാനേജരായ, Masanori Tatsuiwa വാക്കുകളാണിത്. എന്തായാലും ഈ പുതിയ പരീക്ഷണരീതി ഫാസ്റ്റ് ഫുഡ് പ്രിയരിൽ ഒരു നവീനതരംഗമായി മാറിയിരിക്കുകയാണ്. സിംഗപ്പൂരിലും ഈ വിജയഗാഥ ആവർത്തിക്കാനുള്ള ഒരുക്കത്തിലാണ് ബർഗർ കിംഗ്. ഈ വർഷം തന്നെ ബ്ലാക്ക് ബർഗറും വൈറ്റ് ബർഗറും ഒന്നിച്ചിറക്കാനാണ് പ്ലാൻ. മലേഷ്യയിലിതിനോടകം തന്നെ നിർജ്ജ എന്ന പേരിൽ ബ്ലാക്ക് ബർഗർ വിപണിയിലെത്തിച്ചു കഴിഞ്ഞു.







## CAREER GUIDANCE

# അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ്

പരസ്യരംഗത്ത് ശോഭനീയമായ ഒരു കരിയർ ആഗ്രഹിക്കുന്നവർക്കായി നിരവധി കോഴ്സുകൾ പരിചയപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. പബ്ലിക്കുമായി കൂടുതൽ ഇടപഴകാൻ അവസരമൊരുക്കുന്ന അധികം കോഴ്സുകൾ പരസ്യ മേഖലയിൽ നിലവിലില്ല. എന്നാൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് കോഴ്സ് ഇതിൽ നിന്നും ഭിന്നമായി നിലകൊള്ളുന്നു. പരസ്യം ചെയ്യുക എന്നതിനപ്പുറം അതിന്റെ പിന്നണിയിലെ സ്ക്രാറ്റജി മേക്കിംഗ്, കോർപറേറ്റ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസ്, മാർക്കറ്റ് പ്ലാനിംഗ്, ക്യാംപെയ്ൻ പ്ലാനിംഗ്, ബ്രാൻഡിംഗ്, കൺസ്യൂമർ ബിഹേവ്യർ മനസിലാക്കുക തുടങ്ങി നിരവധി മേഖലകളിൽ ജോലി ചെയ്യാൻ താല്പര്യപ്പെടുന്നവർക്കായുള്ള കോഴ്സാണ് അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ്. പോസ്റ്റ് ഗ്രാജുവേറ്റ് ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകളാണ് സാധാരണയായി കോളേജുകളിൽ ഉള്ളതെങ്കിലും എം.എ അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് കോഴ്സുകളും ഇന്നു പല യൂണിവേഴ്സിറ്റികളിലും ഉണ്ട്.

### NBA SCHOOL OF MASS COMMUNICATION

ഡൽഹിയിലെ മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ സ്വയംഭരണ കോളേജുകളിൽ മുൻപന്തിയിൽ നില്ക്കുന്ന ഒരു കോളേജാണ് NBA School of Mass Communication പോസ്റ്റ് ഗ്രാജുവേറ്റ് ഡിപ്ലോമ ഇൻ അഡ്വർടൈസിംഗ് എന്ന കോഴ്സാണ് ഈ കോളേജിലുള്ളത്. ഒരു വർഷമാണ് കോഴ്സിന്റെ കാലാവധി. അംഗീകൃത യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്നും ബിരുദം നേടിയവർക്കാണ് ഈ കോഴ്സിലേക്ക് അപേക്ഷിക്കാൻ യോഗ്യതയുള്ളത്. NBA യുടെ നേതൃത്വത്തിൽ നടത്തപ്പെടുന്ന ഓൾ ഇന്ത്യ മീഡിയ സ്റ്റുഡീസ് ആപ്റ്റിറ്റ്യൂഡ് ടെസ്റ്റാണ്

കോഴ്സിലേക്കുള്ള പ്രാഥമിക തെരഞ്ഞെടുപ്പ്. ടെസ്റ്റിൽ നിന്നും ഷോട്ട്ലിസ്റ്റു ചെയ്യുന്നവരെ പേഴ്സണൽ ഇന്റർവ്യൂ നടത്തി അതിൽ നിന്നും കോഴ്സിലേക്ക് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നു. അഡ്മിഷൻ ലഭിച്ച കുട്ടികൾക്ക് കോളേജിൽ നിന്നും നേരിട്ട് കത്ത് വരും. കത്ത് ലഭിച്ച് രണ്ട് ആഴ്ചകൾക്കുള്ളിൽ അഡ്മിഷൻ നടപടികൾ ആരംഭിച്ചില്ലെങ്കിൽ ആ വിദ്യാർത്ഥിയുടെ അപേക്ഷ നിരാകരിക്കുന്നതായിരിക്കും. പഠനത്തിൽ മികവു തെളിയിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് പ്രശസ്തമായ ആഡ് ഏജൻസികളിൽ റിക്രൂട്ട്മെന്റും കോളേജ് വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

#### NBA Group of Institutions

Jain Studios Campus, Scindia Villa, Sarojini Nagar, Ring Road, New Delhi -110023, India. Mobile: 8130480044, Ph: 011- 65060618/19 Email: info@nba.edu.in, SMS NBA to 56677

#### Campus 2

A-39, South Ext. Part-2, New Delhi -110049, India.

### ALL INDIA INSTITUTE OF MANAGEMENT STUDIES

അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് പി.ജി ഡിപ്ലോമ കോഴ്സ് ഡിസ്റ്റൻസ് എജ്യൂക്കേഷൻ വഴി പഠിക്കാൻ താലപര്യപ്പെടുന്നവർക്കായി അവസരമൊരുക്കിയിരിക്കുകയാണ് All india Institute of Management Studies. അഡ്മിഷൻ അപേക്ഷിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് 21 വയസ്സ് പൂർത്തിയായിരിക്കണം. ആപ്ലിക്കേഷൻ ഫോം ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് പൂരിപ്പിച്ച് നിശ്ചിത ഫീസ് ഡിഡി ആയി വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനത്തിലേക്ക് അയച്ചു കൊടുക്കണം. അഡ്മിഷൻ ലഭിക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഈ വിഷയം ആസ്പദമായ ടെക്സ്റ്റ് ബുക്കുകളും മറ്റ് അനുബന്ധ സാമഗ്രികളായ ചോദ്യാവലികളും ഒപ്പം പരീക്ഷയിൽ പങ്കെടുക്കുന്ന വിദ്യാർത്ഥിയുടെ പേര് റെജിസ്ട്രർ ചെയ്യാനുള്ള ആപ്ലിക്കേഷൻ ഫോമും ലഭിക്കും. ആറു മാസം മുതൽ ഒരു വർഷം വരെ നീണ്ടു നില്ക്കുന്ന പി.ജി ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകളാണ് ഇവിടെയുള്ളത്. ആറു മാസ കോഴ്സുകാർക്ക് ഫെബ്രുവരി ആഗസ്റ്റ് മാസത്തിലും, ഒരു വർഷത്തെ കോഴ്സുകാർക്ക് മെയിലും നവംബറിലുമാണ് പരീക്ഷകൾ നടത്തുന്നത്.

# 55, (Old No: 29),Lazarus Church Road, R.A.Puram, Chennai-600 028, India. Ph: 0091-044-24956036 HelpLine No:(0)98401 37982 e-mail: aiiimas@rediffmail.com

### SCHOOL OF BROADCASTING AND COMMUNICATION

രണ്ട് വർഷം നീളുന്ന എം.എ അഡ്വർടൈസിംഗ് ആന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് കോഴ്സാണ് School of Broadcasting and Communication ൽ ഉള്ളത്. ഈ കോഴ്സിനു 25 സീറ്റുകൾ ഉണ്ട്. മഖൻലാൽ ചതുർവേദി യൂണിവേഴ്സിറ്റി ഓഫ് ജേർണലിസത്തോട് അഫിലിയേറ്റ് ചെയ്തിരിക്കുന്ന ഒരു വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനമാണിത്. അംഗീകൃത യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്നും ഏതെങ്കിലും വിഷയത്തിൽ ബിരുദം നേടിയവർക്ക് ഈ കോഴ്സിലേക്ക് അപേക്ഷിക്കാം. കോളേജ് നേരിട്ടു നടത്തുന്ന അഭിരുചി പരീക്ഷയുടേയും പേഴ്സണൽ ഇന്റർവ്യൂവിന്റേയും അടിസ്ഥാനത്തിലാണ് വിദ്യാർത്ഥികളെ കോഴ്സിലേക്ക് തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്. പഠനം വിജയകരമായി പൂർത്തിയാക്കുന്നവർക്ക് പരസ്യമേഖലയിൽ ജോലിയും കോളേജ് വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു.

School of Broadcasting & Communication Andhakshi Bldg, 37- Gilbert Hill Road, Behind Andheri Recreation Club Andheri (w) Mumbai, Maharashtra- 400058, India, Email: info@sbc.ac.in Phone +91-22-26250609 / 26704105 Mobile :- +91- 9833004876

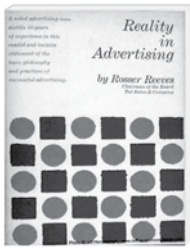
### BNK GROUP OF INSTITUTION CHANDIGARH

GURU Jambheshwar യൂണിവേഴ്സിറ്റിയോട് അഫിലിയേറ്റ് ചെയ്യപ്പെട്ട വിദ്യാഭ്യാസ സ്ഥാപനമാണ് Bnk group of institution chandigarh രണ്ടു വർഷം നീളുന്ന കറസ്‌പോണ്ടൻസ് കോഴ്സാണിത്. അഡ്വർടൈസിംഗ്, പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് എന്നിവ കൂടാതെ മാർക്കറ്റിംഗ്, എച്ച്.ആർ. എം. എന്നീ വിഷയങ്ങളും കോഴ്സിന്റെ ഭാഗമായി പഠിക്കാനുള്ള വിഷയങ്ങളാണ്. പാർട്ട് ടൈം ഡിപ്ലോമ കോഴ്സാണെങ്കിൽക്കൂടി വിദ്യാർത്ഥികൾക്ക് ഈ മേഖലയിൽ നല്ലൊരു കരിയർ പടുത്തുയർത്താനുള്ള എല്ലാ പരിശീലനവും സ്ഥാപനം വാഗ്ദാനം ചെയ്യുന്നു. പ്ലസ്‌ടു പാസായവർ/തത്തുല്യ യോഗ്യതയുള്ളവർ, ബിരുദധാരികൾ എന്നിവർക്ക് ഈ കോഴ്സിലേക്ക് അപേക്ഷിക്കാം.

SCO 24, 2nd Floor, Sec. 11, Panchkula, Chandigarh, India-134109 Email:bkngroup.panchkula@gmail.com Website:www.bknedugroup.com

### പുസ്തകപരിചയം

#### Reality in Advertising, Written by - Rosser Reeves



പരസ്യ മേഖലയെക്കുറിച്ച് ആളുകൾക്ക് അറിവ് വളരെ കുറഞ്ഞിരുന്ന സമയത്ത് പുറത്തിറങ്ങിയ പുസ്തകമാണ് Reality in Advertising. 1961 മാർച്ചിലാണ് പുസ്തകത്തിന്റെ ആദ്യപതിപ്പ് പുറത്തിറങ്ങിയത്. അമേരിക്കയിലെ പ്രശസ്തനായ അഡ്വർടൈസിംഗ് എക്സിക്യൂട്ടീവായ Rosser Reeves ആണ് പുസ്തകത്തിന്റെ രചയിതാവ്. Reality in Advertising പരസ്യമേഖലയിൽ വൻ ചലനങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് മുന്നേറുന്ന കാഴ്ചയാണ് പിന്നീട് കണ്ടത്. ബെസ്റ്റ് സെല്ലർ പട്ടികയിലേക്ക് വളരെ വേഗം എത്തപ്പെട്ട ബുക്ക് ഇന്ന് പരസ്യ മേഖലയിലെ തന്നെ ഒരു ക്ലാസിക് ബുക്കായിട്ടാണ് അറിയപ്പെടുന്നത്. ഫ്രഞ്ച്, ജാപ്പനീസ്, സ്പാനിഷ്, ഡച്ച്, ജർമൻ, ഇറ്റാലിയൻ, ഹിബ്രു തുടങ്ങി 12 ഭാഷകളിൽ Rosser Reeves ന്റെ Reality in Advertising വിവർത്തനം ചെയ്യപ്പെട്ടു. 15 രാജ്യങ്ങളിൽ 21 എഡിഷനുകളായി ഈ ബുക്ക് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിട്ടുണ്ട്. 30 വർഷത്തെ പഠനങ്ങൾക്കു ശേഷമാണ് പരസ്യ മേഖലയിലെ

അതികായനായ Rosser Reeves ഈ ബുക്ക് തയ്യാറാക്കിയത്. എന്തുകൊണ്ടാണ് ആഡ് ക്യാംപെയ്നുകൾക്ക് ഒരുപാട് പണം പ്രമുഖ കമ്പനികൾ ചെലവാക്കുന്നത്? പരസ്യത്തിന്റെ പിന്നാമ്പുറങ്ങളിൽ ശ്രദ്ധിക്കേ കാര്യങ്ങൾ എന്തൊക്കെയാണ്? ഇത്തരത്തിൽ പരസ്യരംഗവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട നിരവധി ചോദ്യങ്ങൾക്കുള്ള ഉത്തരവുമായാണ് Reality in Advertising ബുക്ക് പുറത്തിറങ്ങിയത്. അക്കാലത്ത് പരസ്യ മേഖലയിൽ നിലനിന്നിരുന്ന പല പ്രവണതകളേയും രചയിതാവ് വിമർശിച്ചിരുന്നു. പരസ്യരംഗത്ത് മാറ്റങ്ങൾ അനിവാര്യമാണെന്നു തുറന്നെഴുതിയ ഒരു എഴുത്തുകാരൻ Rosser Reeves ആയിരുന്നു. തന്റെ 30 വർഷത്തെ പഠനങ്ങളിലൂടെ കണ്ടെത്തിയ പുതിയ സിദ്ധാന്തങ്ങളും അദ്ദേഹം ഈ ബുക്കിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. 147 പേജുകളുള്ള Reality in Advertising പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരിക്കുന്നത് Knopf ആണ്. ഓൺലൈൻ സൈറ്റുകൾ വഴി ഈ ബുക്ക് വാങ്ങാവുന്നതാണ്.

#### Marketing Management A South Asian Perspective, Written by - Philip Kotler



21-ാം നൂറ്റാണ്ടിലെ മാർക്കറ്റിനെക്കുറിച്ച് ഗഹനമായ പഠനം നടത്തുന്ന ബുക്കാണ് Marketing Management A South Asian Perspective മാർക്കറ്റിംഗ് രംഗത്ത് വർഷങ്ങളുടെ അനുഭവ സമ്പത്തുള്ള Philip Kotler ആണ് ഈ ബുക്കിന്റെ രചയിതാവ്. ഇന്നത്തെ നൂറ്റാണ്ടിൽ ഡിമാന്റും സപ്ലൈയും മാർക്കറ്റിനെ എങ്ങനെയൊക്കെ സ്വാധീനിക്കുന്നു എന്നും സാധനത്തിന്റേയും സേവനത്തിന്റേയും വില എന്തൊക്കെ ഘടകങ്ങളെയാണ് ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നതെന്നും വായനക്കാർക്ക് മനസ്സിലാക്കാൻ ഈ ബുക്ക് അവസരമൊരുക്കുന്നു. മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ വിവിധ വശങ്ങളെക്കുറിച്ച് ആഴത്തിലുള്ള അറിവ്

വായനക്കാർക്ക് പ്രദാനം ചെയ്യുന്നതോടൊപ്പം തന്നെ ഈ മേഖലയിലെ തൊഴിൽ സാധ്യതകളും, ഒപ്പം തന്നെ രാജ്യപുരോഗതിയ്ക്കായി മാർക്കറ്റിംഗിനെ എങ്ങനെയൊക്കെ ഉപയോഗപ്പെടുത്താൻ സാധിക്കുമെന്നും .Philip Kotler വ്യക്തമാക്കുന്നു. കൺസ്യൂമർ സെന്റിമെന്റ്, ബ്രാൻഡിംഗ്, ബ്രാൻഡ് ഇക്വിറ്റി, തുടങ്ങി മാർക്കറ്റിംഗിലെ സുപ്രാധാനമായ എല്ലാ വിഷയങ്ങളും Marketing Management A South Asian Perspective കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നു. Pearson ആണ് ഈ ബുക്ക് പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഓൺലൈൻ സൈറ്റുകളിൽ ഈ ബുക്ക് ലഭ്യമാണ്.



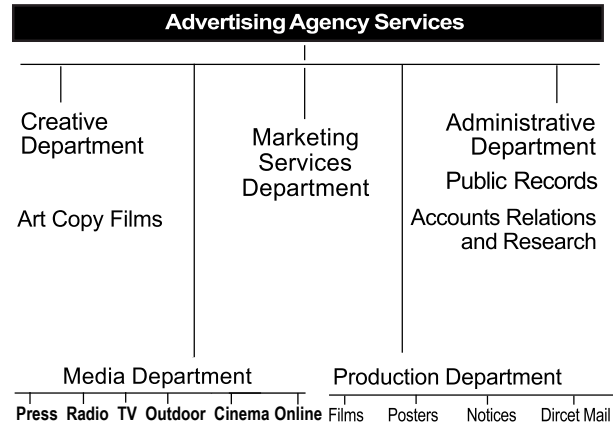
# ADVERTISING



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ഒരു ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

## Advertising agency

An advertising agent or an advertising agency is an independent company rendering specialized services in advertising in particular and marketing in general. The role of an advertising agency is to plan, create produce and place advertising for its clients. Advertising agency is an organization whose business consists in the acquisition as a principal of the right to use space or time in advertising media and the administration on behalf of the advertisers of advertising appropriations made by them.



## Functioning of Various Departments of an Advertising Agency

- 1) Contact Department: Creation, sustaining, and extension are the three basic functions of the department. It gets new business and tries to continue the existing business.
- 2) Media Department: After making the advertisement plan, the agency selects the best possible medium. The media analyst and estimators decide the approximate kind and number of potential customers and then to choose the media that get the message to them.

3) Copy Department: The copy director coordinates the work of writing the copy with the assistance of copy chief and copy writers. The advertisement copy is the heart of advertising programme as it contains the message.

4) Art and Visualization Department: The art director heads this department. He is assisted by artists, layout-men and visualizers. Art director gets prepared visuals and layouts for press advertisements, posters, calendars, painted bulletins, car cards, and other outdoor pieces.

5) Production Department: When a copy is ready, the agency proceeds to its mechanical production. The production manager has to move to the typographers or type setters to have copy set in type, later to the artist for the illustrations. Finally he makes sure that the artwork is ready to dispatch to the publication

6) Finance Department: The accountants are responsible to maintain accounts, billing and collecting the dues from the customers. The checking action verifies the production and publicity of each individual case may be press, media, outdoor, radio, television, cinema on-line etc.

7) Research department: This section of the advertising agency is engaged in the study of the effects of sales activities at the end of the point of distribution of a particular product. The research director takes the assistance of analyst, investigators, marketing assistance, statistical clerks and librarians.

8) Public Relations Department: The department establishes and maintains mutual understanding between the organization and the public. The department is headed by the Public Relations Director who has to struggle hard to have always high opinion about the firm.

# MARKETING

## Selection of Channel Distribution

Market today is characterized by heterogeneity on both demand and the supply sides. The goods and services available must be matched against the wants and desires of users. Channels of distribution serve to achieve this matching of goods and the desires of potential buyers. It serves as a bridge which spans between the producer and the user.

## Marketing channels: Origin and Benefits

A channel of distribution may be defined as a path traced in the direct or indirect transfer of title to a product as it moves from a producer to ultimate consumers or industrial users. The channel thus includes the original producer, the final buyer and any middleman in between the two. They fall under two categories: Merchant middlemen Agent middlemen. An agent middleman negotiates purchases or sales or both but does not take title to the goods in which he deals. On the basis of their positions in the channel of distribution middlemen are classified into Wholesalers and Retailers.

## Creation of Demand

Creation of demand is an art. It is a process by which latent demand is converted into effective demand. A manufacturer has to deal with human beings with different temperaments. But the products are common and its physical qualities cannot be changed to suits the individual requirements. Hence some artistic way of dealing is essential to make believe the customer that the particular product suits his need. Creation of demand is the sum total of the following elements:

- a) Method of selling
- b) Marketing goods accessible
- c) Promoting the sale

There are also two methods of selling: Personal selling and Impersonal selling. Impersonal selling is classified



as Direct Methods and Indirect Methods. Advertisement and publicity are direct methods. Demonstrations, exhibitions, providing samples, etc. are examples of indirect methods.

There is an accepted formula for all these methods known as A-I-D-A formula. It stands for

- A-Attention
- I- Interest
- D- Desire
- A-Action

## Determining the Terms of sale

A seller generally has to decide three things before the sale of the product is made. He will have to fix a price, consider concession such as discount, decide the forms of delivery, and fix the method of transfer of ownership. They are important not only for the present sale but also pave the way for easier future sales.

## Customer Service

Customer service has become major factor in choosing among competing sellers. Such type of services creates confidence in the minds of the consumer about the product and the manufacturer. For the seller it is an opportunity to establish a direct contact with the customer.

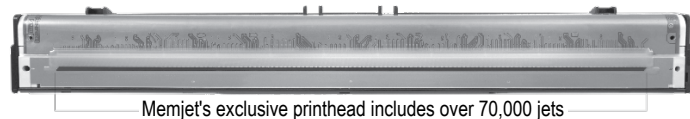




# The Memjet Waterfall Printhead Technology

പരമ്പരാഗത ഇങ്ക് ജെറ്റ് പ്രിന്ററുകളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി ഇവയ്ക്ക് ശബ്ദം, വൈബ്രേഷൻ, മെക്കാനിക്കൽ സങ്കീർണതകൾ എന്നിവ താരതമ്യേന കുറവാണ്. ദീർഘകാലം നിലനില്ക്കുന്ന തരത്തിലാണ് ഇതിന്റെ നിർമ്മാണം. അതോടൊപ്പം ഉപഭോക്താവിനു തന്നെ എളുപ്പത്തിൽ റീപ്ലേസ് ചെയ്യാനും സാധിക്കും.

വളരെ ചിലവ് കുറഞ്ഞ എന്നാൽ നല്ല വേഗതയും നിലവാരവുമുള്ള പ്രിന്ററാണു നിങ്ങൾ തിരയുന്നതെങ്കിൽ അതിനുള്ള ഉത്തരമാണ് Memjet Waterfall Printhead Technology യോടു കൂടിയ പ്രിന്ററുകൾ. സൂപ്പർ ഫാസ്റ്റ് കളർ ഡോക്യുമെന്റുകളുടെ പ്രിന്റിംഗിനും പര്യാപ്തമാണ് Memjet ന്റെ ഈ പുതിയ സാങ്കേതിക വിദ്യ. പ്രിന്റിംഗ് കൂടുതൽ വേഗത്തിലാക്കുന്നതിനായി കൺട്രോളർ ചിപ്പും മോഡ്യൂലാർ സോഫ്റ്റ് വെയറും ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു. ഏതു മേഖലയിലെ പ്രിന്റിംഗിനും ഇണങ്ങുന്നതും ഉന്നതനിലവാരത്തിലുള്ളതുമാണ് ഇത്തരം പ്രിന്റ് ഹെഡുകൾ. പരമ്പരാഗത ഇങ്ക് ജെറ്റ് പ്രിന്ററുകളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി ഇവയ്ക്ക് ശബ്ദം, വൈബ്രേഷൻ, മെക്കാനിക്കൽ സങ്കീർണതകൾ എന്നിവ താരതമ്യേന കുറവാണ്.



Memjet's exclusive printhead includes over 70,000 jets

ദീർഘകാലം നിലനില്ക്കുന്ന തരത്തിലാണ് ഇതിന്റെ നിർമ്മാണം. അതോടൊപ്പം ഉപഭോക്താവിനു തന്നെ എളുപ്പത്തിൽ റീപ്ലേസ് ചെയ്യാനും സാധിക്കും. nozzle quan-

tity, density എന്നിവയിൽ നിലവിൽ മാർക്കറ്റിൽ ലഭ്യമായ ഏറ്റവും പുതിയ പ്രിന്ററുകളെക്കാൾ 17 മടങ്ങ് മുന്നിലാണ് memjet എന്നത് ശ്രദ്ധേയമാണ്.

ഓരോ പ്രിന്റ് ഹെഡ് പാക്കിലും 70,400 നോസിലുകളുണ്ട്. 1,600 dpi native print quality നൽകാൻ പര്യാപ്തമാണിവ. 12 ഇഞ്ച് (305 mm) ഒരു സെക്കന്റു കൊണ്ട് പ്രിന്റ് ചെയ്യുമ്പോൾ 1600 x 800 dpi quality യുള്ള പ്രിന്റ് ലഭിക്കും. നോർമ്മൽ പ്രിന്റ് നിലവാരത്തിലുള്ള ഇതുപയോഗിക്കുന്നത് സാങ്കേതികമായ ഡോക്യുമെന്റുകളുടെ നിർമ്മാണത്തിനായാണ്. സെക്കന്റിൽ 6 ഇഞ്ച് പ്രിന്റ് ചെയ്യുമ്പോൾ ഉയർന്ന നിലവാരത്തിലുള്ള ഗ്രാഫിക്സിനു സാധ്യമായ 1600 x 1600 dpi output ആണ് ലഭിക്കുന്നത്. തുടർച്ചയായി 700 മില്ലിഗ്രാമുകൾ ഡ്രോപ്പുകളെ ഓരോ സെക്കന്റിനും പുറത്തുളയ്ക്കുന്നതിനുള്ള കഴിവ് ഇതിനുണ്ട് ink drop കളുടെ ശരാശരി വലിപ്പം 14 microns diameter.- ആണ് അതായത് ഒരു മുടിനാരിന്റെ വലിപ്പത്തിനു സമാനം. ഇങ്ങനെ വളരെ സൂക്ഷ്മമായ രീതിയിൽ drop placement നടക്കുന്നതുമൂലം ഏറ്റവും കൃത്യതയാർന്ന printed meterial തന്നെ നിർമ്മിക്കപ്പെടുന്നു. പരമ്പരാഗത ഇങ്ക് ജെറ്റ്

## ▼ Printing

പ്രിന്ററുകളിൽ നിന്ന് വ്യത്യസ്തമായി സിലിക്കൺ ഉപയോഗം കുറച്ചാണ് പ്രിന്റ് ഹെഡിന്റെ നോസിൽ സ്ക്രച്ച് നീർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഇതു മൂലമാണ് വളരെ ചെലവു കുറഞ്ഞ് ഈ സാങ്കേതികത ലഭ്യമാകുന്നത്.



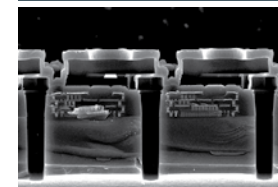
### Memjet Formula Ink

Four color (CMYK) ink formation നോടു കൂടിയ water based ആയ ഇങ്ക് ആണ്. വളരെ വേഗത്തിലുള്ള drop ejection ന് ഇതാവശ്യമാണ്. നൂതനമായ ഡൈ കോളറന്റുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനാൽ നിറങ്ങൾ കൃത്യമായും തുല്യമായും വിതരണം ചെയ്യപ്പെടുന്നു. പ്രിന്റ് ഹെഡിന്റെ 1-2 പൈക്കോലിറ്റർ (picoliter) മില്ലി സെക്കന്റുകൾ കൊണ്ട് ഇങ്ക് ഡ്രോപ്പുകളെ വലിച്ചെടുക്കുന്നു.

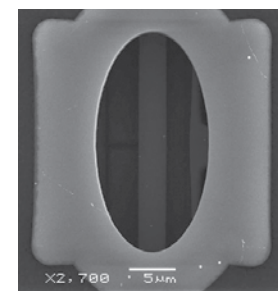


ink drop കളുടെ ശരാശരി വലിപ്പം 14 microns diameter - റാണ് അതായത് ഒരു മുടിനാരിന്റെ വലിപ്പത്തിനു സമാനം.

### TECHNICAL SPECIFICATIONS



70.400 nozzles  
Printable width 8.77 inch (222.8 mm)  
Print speed 6 inches (152 mm) per second or 12 inches (305 mm) per second  
Print resolution 1600 dots per inc



### NOZZLE STRUCTURE & ELEMENTS

5 ink channels  
Unique self-cooling design  
10 rows of nozzles - 2 per ink channel  
Unique triangle design at chip joint  
31-micron nozzle structure  
1-2 picoliter drops  
~14 micron drop diameter



# കഥയും സിനിമയും

Once upon a time ...

ഭാരതത്തിൽ ദാദാസഹേബ് ഫാൽക്കെ രാജാ ഹരിശ്ചന്ദ്ര എടുത്തപ്പോൾ ജനങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും സുപരിചിതമായിരുന്നതും ഗുണപാഠമുള്ളതുമായ കഥയാണ് തെരഞ്ഞെടുത്തത്. ആദിമദ്ധ്യാന്തമുള്ള കഥ. മലയാളത്തിൽ ജെ. സി. ഡാനിയേൽ വിഗതകുമാരൻ എടുത്തപ്പോഴും കഥയുണ്ടായിരുന്നു.

സിനിമ കണ്ടുപിടിച്ച ലുമിയർ ബ്രദേഴ്സ് തങ്ങളുടെ ക്യാമറയിൽ (കിനിമോഗ്രാഫി. പിന്നീടാണ് സിനിമോഗ്രാഫി എന്നു വിളിക്കാൻ തുടങ്ങിയത്) ചിത്രീകരിച്ച മിനിട്ടുകൾ ദൈർഘ്യമുള്ള ദൃശ്യങ്ങൾ ഇരുട്ടു നിറഞ്ഞ ഹാളിൽ പ്രദർശിപ്പിച്ചു. റെയിൽവേ സ്റ്റേഷനിൽ ട്രെയിൻ വരുന്നതും പോർട്ടർമാർ സാധനം ചുമക്കുന്നതും ആയിരുന്നു അത്. തങ്ങളുടെ നേരെ ട്രെയിൻ കുതിച്ചു വരുന്നതു കണ്ട് പ്രേക്ഷകർ നിലവിളിച്ചുകൊണ്ട് ജീവനുമായി ഹാളിനു പുറത്തേക്ക് ചാടിയതാണ് സിനിമാ ചരിത്രത്തിലെ ആദ്യത്തെ അനുഭവം.

പിന്നീട് ഫ്ലാഹർട്ടി ഡോക്യുമെന്ററികൾ നിർമ്മിച്ചു. നാനുക്ക് ഓഫ് ദ നോർത്ത്- എസ്കിമോകളുടെ കഥ പറയുന്നു. മൂക്കുവർ സാഹസികമായി മത്സ്യവേട്ട നടത്തുന്നതാണ് സ്രാവുവേട്ടക്കാർ. ഗ്രിഫിത്താണ് ഒരു കഥ പറയൽ ശ്രമിച്ചത്. മുഴുനീള ചലച്ചിത്രം. ഇൻടോളറൻസ്, ബെർത്ത് ഓഫ് എ നേഷൻ തുടങ്ങിയവ.

ഭാരതത്തിൽ ദാദാസഹേബ് ഫാൽക്കെ രാജാ ഹരിശ്ചന്ദ്ര എടുത്തപ്പോൾ ജനങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും സുപരിചിതമായിരുന്നതും ഗുണപാഠമുള്ളതുമായ കഥയാണ് തെരഞ്ഞെടുത്തത്. ആദിമദ്ധ്യാന്തമുള്ള കഥ. മലയാളത്തിൽ ജെ. സി. ഡാനിയേൽ വിഗതകുമാരൻ എടുത്തപ്പോഴും കഥയുണ്ടായിരുന്നു. ബാലനിലും കണ്ടംവെച്ച കോട്ടിലും ഹൃദയസ്पर्ശിയായ കഥ പറഞ്ഞു.

കാലം മാറി ആദിമദ്ധ്യാന്തമില്ലത്ത കഥകൾ വന്നു. ഒരു ദിവസത്തെ

കഥയായി. ഒരു സംഭവമായി. സസ്പെൻസായി, ഹൊററായി, സയൻസ് ഫിക്ഷൻ ആയി. ലോകസിനിമയോടു മത്സരിക്കുന്ന കഥാ സന്ദർഭങ്ങളുമായാണ് മലയാള സിനിമ നിലക്കുന്നത്. കഥയേക്കാളുപരി ദൃശ്യവിസ്മയങ്ങളൊരുക്കിയും സിനിമ മുന്നേറുന്നു. ഇവിടെയാണ് സിനിമയിൽ കഥയുടെ പ്രസക്തി.

മലയാളത്തിലും തമിഴിലും ഹിറ്റു സിനിമകൾ സംവിധാനം ചെയ്ത പ്രശസ്തനായ ശശി ശങ്കർ പറയുന്നു. കഥയില്ലായ്മയാണ് ഇന്നത്തെ കഥകളുടെ ശാപം. സംഗീതത്തിൽ സംഗീതമില്ലായ്മയും. ബാഹുബലി പോലുള്ള സിനിമകൾ വിഷലുകൾകൊണ്ടുള്ള വിസ്മയമാണ്. കഥയില്ലെങ്കിലും പ്രേക്ഷകർ സിനിമ കാണുന്ന അവസ്ഥയായിരിക്കുന്നു.

എല്ലാറ്റിനും ഒരു അളവുകോലുണ്ട്. ഭൂമിയുടെ ചരിത്രം മുതൽ എല്ലാ ചലനങ്ങൾക്കും ഒരു തിയറിയുണ്ട്. ഒരു ബേസിക് ബ്ലൂപ്രിന്റ്. ഒരു സുപ്രഭാതത്തിൽ ആർക്കും ചിത്രകാരനാകാനോ, അദ്ധ്യാപകനാകാനോ, എൻജിനീയറാകാനോ, വൈദ്യനാകാനോ, നടനാകാനോ, നർത്തകനാകാനോ, സംവിധായകനാകാനോ കഴിയില്ല. അതിന് അതിന്റേതായ പരിശീലനം വേണം. അതാണ് അടിസ്ഥാനം. ആ അടിസ്ഥാനമില്ലായ്മയാണ് സിനിമയിലെ ഇന്നത്തെ പ്രശ്നം.

പുതിയ തലമുറയുടെ ശാപമാണിത്. സിനിമയുടെ വ്യാകരണം അറിവില്ലാത്തവരെ പർവ്വതീകരിച്ച് കാണിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. ഹൈസോസൈറ്റിയെ സ്വപ്നം കാണുന്ന തലമുറയാണിത്. വികലമായ കാഴ്ചപ്പാടോടുകൂടിയ വികലമായ സൃഷ്ടികളാണിവർ നടത്തുന്നത്. അത്യന്താധുനികതയ്ക്ക് ശാശ്വതമായ ഒരു ഭാവമില്ല. വായന നഷ്ടപ്പെട്ടു. കാരണം കഥയില്ലായ്മയാണ്. കുടുംബമില്ല. വിവാഹം കുടുംബവുമായി ജീവിക്കാൻ വേണ്ടിയല്ല. വിവാഹമോചനത്തിനായി വിവാഹം കഴിക്കുന്നവരുടെ തലമുറയാണിത്. അതിന് മികച്ച ഉദാഹരണങ്ങളാണ് സീരിയലുകളുടെ കഥകൾ.

ഒരു സ്ത്രീയും പുരുഷനും കാണുന്നു. പ്രേമിക്കുന്നു. സ്ത്രീ കാമുകന്റെ സുഹൃത്തിന്റെ കൂടെ ഒളിച്ചോടുന്നു. അവൻ കുറേ കഴിഞ്ഞ് അവളെ ഉപേക്ഷിക്കുന്നു. വീട്ടിൽ വരുന്ന അവൾ മറ്റൊരു വരനെ കല്യാണം കഴിക്കുന്നു. അപ്പോഴവൾ ഗർഭിണിയാണ്. കുഞ്ഞിനെ അനാഥാലയത്തിലാക്കി പുതിയ ഭർത്താവിനോടൊപ്പം താമസിക്കുന്നു. ഭാര്യയുടെ പൂർവ്വ കഥയറിഞ്ഞ ഭർത്താവ് അവളുമായി പിണങ്ങുന്നു. അപ്പോൾ ഭർത്താവിന്റെ അനുജൻ അവളെ സ്വീകരിക്കുന്നു. ഇങ്ങനെ കഥാഭാസം നീളുകയാണ്. ഇത് കാണുന്ന മനുഷ്യനു എന്തു പ്രതീക്ഷയാണ് ജീവിതത്തിൽ ഉണ്ടാകുന്നത്?

ഇന്ത്യൻ സ്വാതന്ത്ര്യ സമരചരിത്രത്തിലെ ധീരനായകനാണ് ഭഗത് സിംഗ്. ഭഗത് സിംഗനെ



കഥയില്ലായ്മയാണ് ഇന്നത്തെ കഥകളുടെ ശാപം. ബാഹുബലി പോലുള്ള സിനിമകൾ വിഷലുകൾകൊണ്ടുള്ള വിസ്മയമാണ്. കഥയില്ലെങ്കിലും പ്രേക്ഷകർ സിനിമ കാണുന്ന അവസ്ഥയായിരിക്കുന്നു.

കൊല്ലാൻ ബ്രിട്ടീഷുകാർ വിധിക്കുമ്പോൾ അമ്മ കരയുന്നുണ്ട്. മകൻ മരിക്കുന്നതിലല്ല ആ അമ്മ കരയുന്നത്, മറിച്ച് രാജ്യത്തെ രക്ഷിക്കാൻ തനിക്ക് മറ്റൊരു മകനില്ലല്ലോയെന്ന് ഓർത്താണ്. ആ അമ്മ നമുക്ക് ഒരു മാതൃകയും ആവേശവുമല്ലേ?

ഒരു അന്തർജനത്തിന് അറബി പഠിപ്പിക്കാമോ എന്ന സാമൂഹ്യ പ്രസക്തിയാണ് എന്റെ നാരായണ എന്ന സിനിമയുടെ ഇതിവൃത്തം. വികലാംഗനായ ഒരുവന് സ്വപ്നങ്ങളില്ലേ? അവനും പ്രേമിക്കാൻ അവകാശമില്ലേ? അതാണ് കുഞ്ഞിക്കുനൻ എന്ന സിനിമ. ഹിറ്റായ ഹൗ ഓൾഡ് ആർ യു എന്ന സിനിമ തന്നെ എടുക്കൂ. സ്ത്രീകൾക്ക് എക്സ്പയറി ഡേറ്റ് ഉണ്ടോ എന്ന ഒറ്റ ചോദ്യമാണ് ആ സിനിമ. നമ്മൾ എല്ലാവരും കുടുംബത്തിൽ ചോദിക്കേണ്ട ചോദ്യം.

ഹൃദയത്തെ തൊടുന്ന കഥകൾ സിനിമയ്ക്ക് ഉണ്ടാകണം. ശശി ശങ്കർ പറയുന്നു. കഥ എന്തായാലും അത് പ്രേക്ഷകരുമായി സംവദിക്കണം. സംവിധായകനും പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ഓഫീസറുമായ എബ്രഹാം ലിങ്കൺ പറയുന്നു. ഒരു വടക്കൻ സെൽഫിയും പ്രേമവും വിജയിച്ചതിൽ കാലഘട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യേകതയുണ്ട്. യുവത്വത്തിന്റെ അടക്കിവെച്ച വികാരങ്ങളാണ് യുവാക്കളായ നടീനടൻമാർ അവതരിപ്പിച്ചത്. ഇത് വല്ലപ്പോഴും സംഭവിക്കുന്നതാണ്.

കഥ മാത്രം പോര. നല്ല തിരക്കഥ വേണം. നല്ല താരനിര വേണം. ഉദാഹരണത്തിന് ദൃശ്യം. ഇവയെല്ലാം ചേർന്ന ആ സിനിമ ഇന്ത്യ മുഴുവൻ ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടു. നല്ല കഥയും തിരക്കഥയും മാത്രമുള്ള ചിത്രങ്ങൾക്ക് അവാർഡ് കിട്ടുന്നു. പക്ഷേ തീയറ്ററിൽ ഓടാ



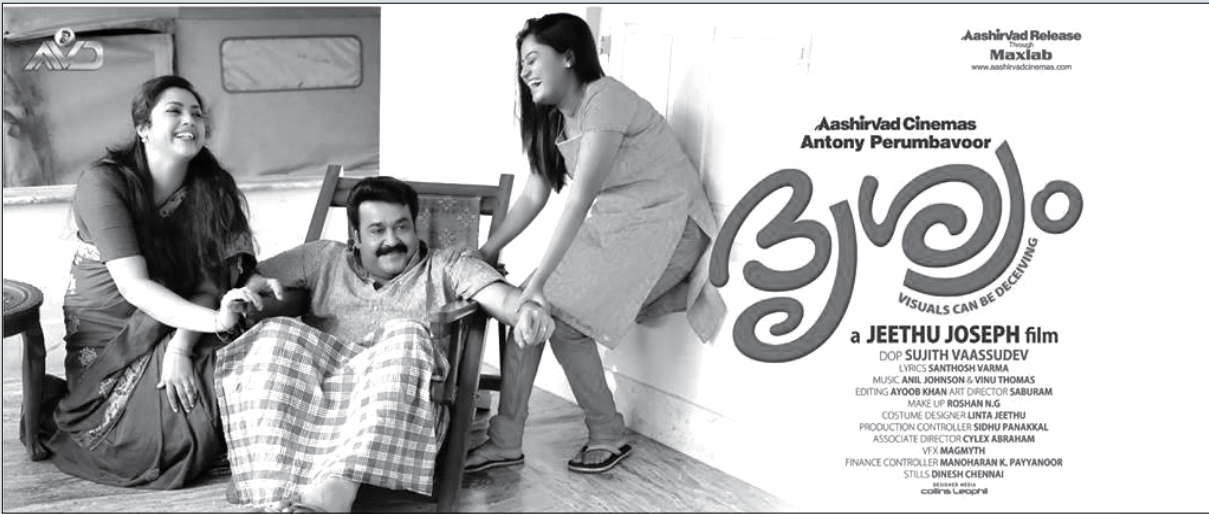


ന്നില്ല. ഒരാൾപ്പൊക്കം നല്ല സിനിമയാണ്. അവാർഡ് കിട്ടി. പക്ഷേ താരങ്ങളില്ലാത്തതുകൊണ്ട് തീയേറ്റർ കിട്ടുന്നില്ല. റിലീസ് ചെയ്തില്ല. തമിഴിലെ ചെറിയ സിനിമയായ കാക്ക മുട്ടെ ഹിറ്റാണ്. തമിഴിന്റെ കൾച്ചർ വ്യത്യസ്തമായതുകൊണ്ടാണ് അവരത് സ്വീകരിച്ചത്. മലയാളത്തിൽ സിനിമയ്ക്ക് കഥയും തിരക്കഥയും മാത്രം പോര. എബ്രഹാം ലികൺ പറയുന്നു.

മലയാള സിനിമയിൽ ഹിറ്റുകളുടെ രാജാവാണ് സംവിധായകനും തിരക്കഥാകൃത്തുമായ ഡെന്നീസ് ജോസഫ്. ഇപ്പോഴത്തെ അവസ്ഥ മോശമല്ലെന്നും പ്രതീക്ഷകൾ നല്കുന്നതാണെന്നും അദ്ദേഹം പറയുന്നു. എന്റെ ചെറുപ്പകാലത്ത് പണിതീരാത്ത വീട്, അനുഭവങ്ങൾ പാളിച്ചകൾ, യക്ഷി, കൊടിയേറ്റം തുടങ്ങി ധാരാളം സിനിമകൾ സ്വാധീനിച്ചിരുന്നു. ഇപ്പോഴത്തെ പ്രേമം സിനിമയും അതുപോലെ തന്നെ ആസ്വദി

ക്കുന്നു. ഉസ്താദ് ഹോട്ടലും ട്രാഫിക്കും വളരെ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ അനുഭവങ്ങളാണ്. കഴിഞ്ഞ പത്ത് വർഷത്തിനിടയിൽ മലയാളം കണ്ട ബെസ്റ്റ് സ്ക്രിപ്റ്റാണ് ഉസ്താദ് ഹോട്ടലിന്റേത്. ഡെന്നീസ് ജോസഫ് പ്രസ്താവിച്ചു.

കോട്ടയം പുഷ്പനാഥിന്റേയും ബാറ്റൺ ബോസിന്റേയും സലീം ചേർത്തലയുടേയും ദുർഗ്ഗാ പ്രസാദ് ഖത്രിയുടേയും കഥകളാണ് ഞാൻ ത്രില്ലോടെ വായിച്ചിട്ടുള്ളത്. ഖത്രിയുടെ മൃത്യു കിരണവും, ചുവന്ന കൈപ്പത്തിയും ഇപ്പോഴും ഓർക്കുന്നു. കോട്ടയം പുഷ്പനാഥിന്റെ പാരലൽ റോഡും ഫറവോന്റെ മരണമുറിയും അസാമാന്യ കഥകളാണ്. അയ്യായിരം വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപു മരിച്ച ഫറവോന്റെ ശവകുടീരത്തിൽ നിന്ന് മമ്മി പുറത്തെടുത്ത് ഞരമ്പുകളിലൂടെ രക്തം കയറ്റി ജീവൻ കൊടുക്കുന്ന കഥ! അതിനു നാല്പതുവർഷങ്ങൾക്കു ശേഷമാണ് സ്റ്റീവൻ സ്പിൽബർഗ് മമ്മി എന്ന സിനിമ എടുത്തത്. പുഷ്പനാഥ് ഫറവോന്റെ മരണമുറിയെ എഴുതുമ്പോൾ സ്പിൽബർഗ് ഗോലി കളിച്ചു നടക്കുകയായിരുന്നു. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഇൻഡ്യാനാ ജോൺസ് പരമ്പര ഫറവോന്റെ മരണമുറിയിൽ നിന്നും ഹിറ്റ് ലറുടെ തലയോടിൽ നിന്നും



ഡെന്നീസ് ജോസഫ്



ശശി ശങ്കർ



സുരേഷ് ഉണ്ണിത്താൻ



സാജൻ ജോസഫ്



എബ്രഹാം ലികൺ

വന്നതാണോയെന്ന് തോന്നും.

സലീം ചേർത്തലയുടെ കള്ളക്കടത്തുകാരന്റെ ഓർമ്മക്കുറിപ്പുകൾ ഞാൻ സിനിമയെടുക്കാൻ ആലോചിച്ചതാണ്. അതിലെ ബാബുവും സലീലയും ഇപ്പോഴും ഓർമ്മയിൽ നില്ക്കുകയാണ്.

ഹൃദയത്തെ ത്രസിപ്പിക്കുന്ന കഥകളാണ് സിനിമയ്ക്കു വേണ്ടതെന്നു ഡെന്നീസ് ജോസഫ് അനുഭവത്തിൽ നിന്നും പറയുന്നു. എല്ലാ സിനിമാക്കാരും പറയുന്നത് സിനിമയ്ക്ക് കഥയില്ലെന്നാണ്. പുതിയ കഥാകാരൻമാർ പറയുന്നത് ആരും ശ്രദ്ധിക്കുന്നില്ലെന്നാണ് യുവ തിരക്കഥാകൃത്തും സംവിധായകനുമായ സാജൻ ജോസഫ് അഭിപ്രായപ്പെടുന്നത്. ഏത് കഥ പറഞ്ഞാലും സംവിധായകർക്കും നടൻമാർക്കും ഇഷ്ടപ്പെടുകയില്ല. ഒന്നിലും പുതുമയില്ലെന്ന് അവർ പറയുന്നു. ഹിറ്റുകളായ വടക്കൻ സെൽഫിയുടേയും പ്രേമത്തിന്റേയും കഥ പറഞ്ഞാൽ അവർ സിനിമ എടുക്കുമായിരുന്നോ? അപ്പോൾ കഥയല്ല പ്രധാനം. കാഴ്ചപ്പാടുകളാണ്, ട്രീറ്റ്മെന്റാണ്. മദ്രാസിലെ ഒരു സൂപ്പർസ്റ്റാർ വർഷങ്ങൾക്കു മുൻപ് പ്രൊഡക്ഷൻ കമ്പനികളിൽ കയറിയിറങ്ങി കഥകൾ പറഞ്ഞു. ഡസൻ കണക്കിനു കഥകൾ പറഞ്ഞിട്ടും ഓടാത്ത കഥകൾ എന്നു പറഞ്ഞുവിട്ടു. ആ ചെറുപ്പക്കാരൻ പുതിയൊരു കഥ പറഞ്ഞു. അതും പ്രൊഡ്യൂസർ നിരാകരിച്ചു. മേലിൽ ഓടാത്ത കഥയുമായി പടികയറരുതെന്ന് പ്രൊഡ്യൂസറും നടനും ക്ഷോഭിച്ചപ്പോൾ കഥാകാരൻ അവരോട് ദേഷ്യ

മേലിൽ ഓടാത്ത കഥയുമായി പടികയറരുതെന്ന് പ്രൊഡ്യൂസറും നടനും ക്ഷോഭിച്ചപ്പോൾ കഥാകാരൻ അവരോട് ദേഷ്യപ്പെട്ടു. നിങ്ങൾ തള്ളിയ ഈ കഥയാണ് ഇപ്പോൾ നാട്ടിൽ ഹിറ്റായി ഓടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്! അനിയത്തിപ്രാവിയുടെ തമിഴ് പതിപ്പായിരുന്നു അത്. ഇതാണ് സിനിമയ്ക്കുള്ളിലുള്ളവരുടെ അവസ്ഥ. കഥയില്ലായ്മയല്ല. കഥ പറയുന്നത് ശ്രദ്ധിക്കണം. സാജൻ ജോസഫ് അനുഭവം പറയുന്നു.

പ്പെട്ടു. നിങ്ങൾ തള്ളിയ ഈ കഥയാണ് ഇപ്പോൾ നാട്ടിൽ ഹിറ്റായി ഓടിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്! അനിയത്തിപ്രാവിയുടെ തമിഴ് പതിപ്പായിരുന്നു അത്. ഇതാണ് സിനിമയ്ക്കുള്ളിലുള്ളവരുടെ അവസ്ഥ. കഥയില്ലായ്മയല്ല. കഥ പറയുന്നത് ശ്രദ്ധിക്കണം. സാജൻ ജോസഫ് അനുഭവം പറയുന്നു.

മാക്ട ജനറൽ സെക്രട്ടറി സുരേഷ് ഉണ്ണിത്താൻ പറയുന്നു, നല്ല സിനിമ നല്ല തിരക്കഥയിൽ നിന്ന് ഉണ്ടാകുന്നു. നല്ല തിരക്കഥ നല്ല പ്രമേയത്തിൽ നിന്നുണ്ടാകുന്നു. നല്ല പ്രമേയം നല്ല കഥയിലാണുള്ളത്. നല്ല കഥയിൽ നിന്ന് നല്ല കഥാപാത്രങ്ങളുണ്ടാകുന്നു. ഉദാഹരണത്തിന് ചെമ്മീൻ. ചെമ്മീനിലെ കറുത്തമ്മയേയും പരീക്കുട്ടിയേയും ആരും മറക്കില്ല. കുട്ടിയേടത്തി, ഓളവും തീരവും, യക്ഷി, കടൽപ്പാലം, അടിമകൾ, വാഴ്വേലായം തുടങ്ങിയ സിനിമകൾ ഇവയ്ക്ക് ഉത്തമ ഉദാഹരണങ്ങളാണ്.

പത്മരാജന്റെ പടങ്ങളിലൂടെയാണ് ഞാൻ പഠിച്ചത്. ക്ലാറ എന്ന കഥാപാത്രമാണ് തുവാനത്തുമ്പികൾ എന്ന സിനിമ. തികളാഴ്ച നല്ല ദിവസം എന്ന സിനിമ മികച്ച കഥയ്ക്ക് ഉദാഹരണമാണ്. നല്ല കഥാപാത്രങ്ങളാണ് കരമന ജനാർദ്ദനനെപ്പോലെയുള്ള നടൻമാരെ സൃഷ്ടിച്ചത്.

ബാഗ്ഗർ ഡേയ്സിൽ നല്ല കഥയുണ്ട്. പുതിയ തലമുറയിലെ സിദ്ധാർത്ഥ ശിവയുടെ സിനിമകളിൽ വ്യത്യസ്തങ്ങളായ കഥകളാണ് പറയുന്നത്. സിനിമ വളരുന്നതിനനുസരിച്ച് കഥയും കഥാതന്തുക്കളും സന്ദർഭങ്ങളുമായി മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നുവെന്ന് സുരേഷ് ഉണ്ണിത്താൻ പറയുന്നു.

സിനിമ വളരുന്നു. കഥയും വളരുന്നു. പ്രേക്ഷകരുടെ ടേസ്റ്റ് മാറുമ്പോൾ കഥയും കഥാപാത്രങ്ങളുടെ സ്വഭാവവും ബന്ധങ്ങളും മാറുന്നു.

മനസ്സ് - ചിന്ത - പിന്നെ സിനിമ

എല്ലാവരും മാറിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു.. ഇന്നലത്തെ സിനിമകളല്ല ഇന്ന്.. ഇന്നത്തെ സിനിമയല്ല നാളെ...



ബാറ്റൺ ബോസ്

നോവലിസ്റ്റ്. ചാനൽ പോഗ്രാം ഡയറക്ടർ, തിരക്കഥാകൃത്ത് എന്നീ നിലകളിൽ പ്രശസ്തൻ.





# ബിസിനസ്സിനായി ഫേസ്ബുക്ക്

ഫേസ്ബുക്കിൽ ഫാൻപേജ് രൂപീകരിച്ചാൽ അത് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയും പരസ്യ ക്യാമ്പയിനുകളെയും പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള പ്ലാറ്റ്ഫോമായും ഉപയോഗപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ഇതിലൂടെ കസ്റ്റമേഴ്സിലേക്ക് നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഏറ്റവും പുതിയ വിവരങ്ങൾ എത്തുന്നു. അതോടൊപ്പം ഇത്തരത്തിലുള്ള അവതരണം അവരിൽ കൂടുതൽ വിശ്വാസ്യത ജനിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും.

പുതുതലമുറ കൂടുതൽ സമയവും ചെലവഴിക്കുന്നത് ഇന്റർനെറ്റിലാണ്. അതിനാൽ കമ്പനികൾ പരസ്യങ്ങൾക്കായി പണമൊഴുക്കുന്നതിനേക്കാൾ ഇന്ന് കൂടുതൽ പ്രയത്നിക്കുന്നത് അവരുടെ ഫേസ്ബുക്ക് പേജിലൂടെ ശ്രദ്ധ നേടുന്നതിനാണ്. ചെറിയ വ്യവസായ സംരംഭകർക്ക് വളരാനുമാർക്കുമാണ് ഫേസ് ബുക്ക് മാർക്കറ്റിംഗ്. ഇത്തരം വ്യവസായങ്ങൾക്ക് ധാരാളം ഉപഭോക്താക്കളെ നേടിക്കൊടുക്കുന്ന ഒരു പ്ലാറ്റ്ഫോം തന്നെ ഫേസ്ബുക്ക് രൂപീകരിച്ചിരിക്കുന്നു.

ബിസിനസ് പ്രമോഷനു വേണ്ടി ഫേസ് ബുക്ക് പേജ് നിർമ്മിക്കുമ്പോൾ ധാരാളം കാര്യങ്ങൾ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. വളരെ ആകർഷകമായി വേണം ഇത്തരം പേജുകൾ രൂപപ്പെടുത്താൻ. ഇവ ഡൈറക്ട് ചെയ്യാനും പ്രമോട്ട് ചെയ്യാനുമായി ഫേസ്

ബുക്ക് ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നത് നിങ്ങളുടെ പേജിന് വ്യത്യസ്തത നൽകുകയും ധാരാളം പേർ ഇത് സന്ദർശിക്കാൻ ഇടയാക്കുകയും ചെയ്യും. ഇതു പോലെയുള്ള ആപ്ലിക്കേഷനിലൊന്നാണ് WeBuzz, ഡിവൈസിംഗ് ക്യാമ്പൈനുകൾ പോലെ നിങ്ങൾ തന്നെ ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്ന പ്രമോഷൻ സ്ക്രാനുജികൾ WeBuzz ന്റെ ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ വഴി തന്നെ ചെയ്യാവുന്നതാണ്.

## നേട്ടങ്ങൾ പരസ്യം മുതൽമുടക്കില്ലാതെ..

ഫേസ്ബുക്ക് തികച്ചും സൗജന്യവും ലോകവ്യാപകവുമായ സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് വെബ്സൈറ്റാണ്. ഒരു ബിലിറ്റണിലധികം ഉപഭോക്താക്കളോടു കൂടിയ, ഗൂഗിൾ കഴിഞ്ഞാൽ ഉയർന്ന ജനപിന്തുണയുള്ള ലോകത്തിലെ രണ്ടാമത്തെ വെബ്സൈറ്റും ഇതു തന്നെ.. എന്നാൽ പരസ്യം ചെയ്യുന്നതിനു യാതൊരു പണ ചെലവും ആവശ്യവുമില്ല. വ്യവസായത്തെയോ ഉൽപ്പന്നത്തെയോ കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ നിങ്ങളുടെ പ്രൊഫൈൽ പേജിലിടാം . ഒരു

വെബ്സൈറ്റിൽ നിന്നുണ്ടാകുന്ന റിസൽറ്റിനു സമമായിരിക്കും ഫേസ്ബുക്ക് പേജു വഴി ബിസിനസ്സിനുണ്ടാകുന്ന നേട്ടങ്ങളും.

## അനായാസം ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക്..

പ്രായം, ഭാഷ, പ്രാദേശിക ഭേദങ്ങൾ, വ്യക്തിപരമായ താൽപര്യങ്ങൾ എന്നിവയെ അടിസ്ഥാനപ്പെടുത്തി നിങ്ങൾ ലക്ഷ്യമാക്കുന്ന ഉപഭോക്താക്കളിലേക്ക് ഇറങ്ങി ചെല്ലാമെന്ന അപാര സാധ്യതയും ഫേസ്ബുക്കിനുണ്ട്. പ്രമോഷണൽ ക്യാമ്പയിനുകളും മത്സരങ്ങളും പേജിലൂടെ സംഘടിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. ഇത് ഫലപ്രദമായാൽ ബിസിനസ്സിനു സഹായകരമാകുന്ന ഒരു തൽപര സമൂഹത്തെ സൃഷ്ടിച്ചെടുക്കാൻ സാധിക്കും.

ഫേസ്ബുക്കിൽ ഫാൻപേജ് രൂപീകരിച്ചാൽ അത് പുതിയ ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയും പരസ്യ ക്യാമ്പയിനുകളെയും പ്രമോട്ട് ചെയ്യുന്നതിനുള്ള പ്ലാറ്റ്ഫോമായും ഉപയോഗപ്പെടുത്താവുന്നതാണ്. ഉൽപ്പന്നങ്ങളെയും സർവ്വീസുകളെയും കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ പേജിലൂടെപ്പറ്റുത്തുക വഴി കസ്റ്റമേഴ്സിലേക്ക് നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ഏറ്റവും പുതിയ വിവരങ്ങൾ എത്തുന്നു. അതോടൊപ്പം ഇത്തരത്തിലുള്ള അവതരണം അവരിൽ കൂടുതൽ വിശ്വാസ്യത ജനിപ്പിക്കുകയും ചെയ്യും.

## പുതിയ ബിസിനസ്സ് സാധ്യതകളുമായി..

business to consumer (B2C) മാർക്കറ്റിംഗ് ക്യാമ്പയിനുകൾ അവതരിപ്പിക്കാൻ ഒരു പുതിയ സാധ്യതയാണ് ഫേസ്ബുക്കിനെ ചില കമ്പനികൾ കണക്കാക്കുന്നത്.സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് ക്യാമ്പയിനുകൾ business to business (B2B) മാർക്ക

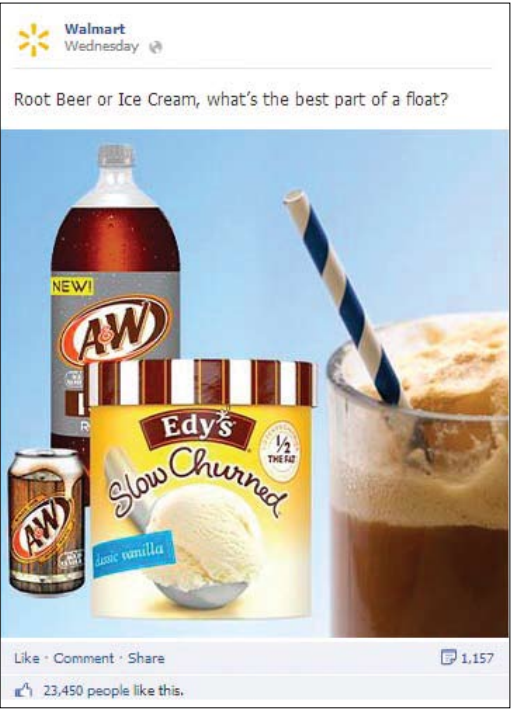


WeBuzz പോലെയുള്ള ഫേസ്ബുക്ക് ആപ്ലിക്കേഷനുകൾ ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നത് നിങ്ങളുടെ പേജിന് വ്യത്യസ്തത നൽകുകയും ധാരാളം പേർ ഇത് സന്ദർശിക്കാൻ ഇടയാക്കുകയും ചെയ്യും.

റിംഗിനെ വളരെ ഫലപ്രദമായി വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നു. ഇത്തരം പുത്തൻ ബിസിനസ്സ് രീതികളുടെ പ്രചാരത്തിനും വളർച്ചയ്ക്കും വളരെ പ്രധാനപ്പെട്ട പങ്കാണ് ഫേസ്ബുക്കിനുള്ളത്.

## എസ്. ഇ. ഒ

വെബിൽ ശ്രദ്ധേയമായ സാന്നിധ്യം കെട്ടിപ്പടുക്കാനാഗ്രഹിക്കുന്നെങ്കിൽ സേർച്ച് എൻജിൻ ഒപ്റ്റിമൈസേഷൻ ഒരു പ്രധാന ഘടകമാണ്. പേജിലെ എല്ലാ ലിങ്കുകളെയും പോസ്റ്റുകളെയും സേർച്ച് എൻജിനുകൾ മുഖേന രേഖപ്പെടുത്തുക വഴി സേർച്ച് എൻജിൻ റാങ്കിംഗിൽ ഒരു കുതിച്ചു ചാട്ടം തന്നെ ഇതു നൽകും.



ഫേസ്ബുക്ക് പോസ്റ്റുകളിലൂടെ എങ്ങനെ പ്രോഡക്ട് പ്രമോഷൻ നടത്താം?

## ചോദ്യങ്ങൾ

വിവിധ ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ചിത്രത്തോടൊപ്പം ഇവയിൽ ഏതു നിങ്ങൾ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു എന്ന ചോദ്യത്തോടെയുള്ള ഇത്തരം പോസ്റ്റുകൾ ഏറെ ശ്രദ്ധ നേടിയെടുക്കുന്നു. ഇവ വളരെ ഫലപ്രദമായ ഒരു സർവ്വേ രീതി കൂടിയാണ്. ഉൽപ്പന്നങ്ങളോടുള്ള ഇഷ്ടാനിഷ്ടങ്ങളും അതിനു പിന്നിലെ കാരണവും ഇത്തരം പോസ്റ്റുകളിലൂടെ മനസ്സിലാക്കിയെടുക്കാം. ചോദ്യരൂപത്തിലുള്ള പോസ്റ്റുകൾക്ക് ഉത്തരോദാഹരണമാണ് വാൽമാർട്ടിന്റെ ഫേസ്ബുക്ക് പോസ്റ്റുകൾ.





ഉൽപ്പന്നങ്ങളും പ്രത്യേക ദിവസങ്ങളും.

ചില ദിവസങ്ങൾ നിങ്ങളുടെ ഉൽപ്പന്നവുമായോ സേവനവുമായോ ബന്ധമുള്ളവയായിരിക്കും. ഓറിയോയുടെ പ്രമോഷനു വേണ്ടി ഉപയോഗിച്ചത് 'World Milk Day'യാണ്



ഉൽപ്പന്നം എങ്ങനെ നിർമ്മിക്കുന്നു?

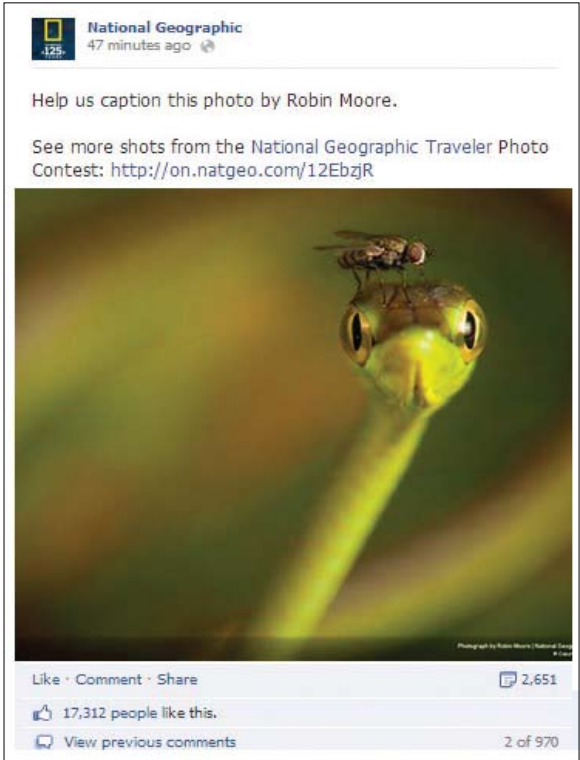
ഉൽപ്പന്നം എങ്ങനെ ഉൽപ്പാദിപ്പിക്കുന്നു എന്നതിന്റെ ചിത്രമോ വീഡിയോയോ അടങ്ങുന്നതാണ് ഈ വിഭാഗം പോസ്റ്റുകൾ. ഭക്ഷ്യവസ്തുക്കളാണെങ്കിൽ ഇവ വളരെ ആകർഷകമാക്കാൻ ശ്രദ്ധിക്കണം. മിക്കപ്പോഴും ഈ പോസ്റ്റുകളിൽ മികച്ചു നിൽക്കുക ചിത്രങ്ങൾ തന്നെയാണ്.

രണ്ട് ഉൽപ്പന്നങ്ങളെ താരതമ്യപ്പെടുത്തുക.

വളച്ചു കെട്ടലൊന്നും കൂടാതെ ഉപഭോക്താക്കളുടെ ശ്രദ്ധ പിടിച്ചെടുക്കാനുള്ള നല്ലൊരു മാർഗ്ഗമാണിത്. കൂടുതൽ ലൈക്കുകളും ഷെയറുകളും ഇത്തരം പോസ്റ്റുകൾക്ക് ലഭിക്കും. നിങ്ങളുടെ രണ്ടു ഉൽപ്പന്നങ്ങളുടെ ചിത്രങ്ങൾ നൽകുക, കൂടെ ഐക്കണും. ഉദാഹരണമായി വാൽമാർട്ടിന്റെ എൻ.ബി.എ- ടി ഷർട്ടുകളുടെ പോസ്റ്റ് നോക്കാം. പോസ്റ്റ് ചെയ്ത് വെറും 18 മണിക്കൂർ കൊണ്ട് 21,000 അതിൽപരം പ്രതികരണങ്ങൾ ഈ പോസ്റ്റ് നേടി.

ക്യാപ്ഷൻ തയ്യാറാക്കുക..

നിങ്ങൾ പോസ്റ്റ് ചെയ്ത ഒരു ചിത്രത്തിനോ വീഡിയോയ്ക്കോ അനുയോജ്യമായ തലക്കെട്ട് തയ്യാറാക്കാൻ നിർദ്ദേശിക്കുന്ന പോസ്റ്റ് തയ്യാറാക്കുകയാണെങ്കിൽ അതൊരു പുതിയ അനുഭവമായിരിക്കും. കൂടുതൽ പേർ ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ചും കമ്പനിയെക്കുറിച്ചും അറിയുന്നതിന് ഇതിടയാക്കും. നാഷണൽ ജോഗ്രാഫിക്സിന്റെ ഫോട്ടോ കണ്ടസ്റ്റന്റ് വൻ വിജയമായിരുന്നു.



**SHARON FERNANDES**

Height: 5.9 Feet  
stats : 33 24 37  
complexion : wheatish  
eye color : green brown  
Model Code: 11/2015



**RAYJAN RAJAN**

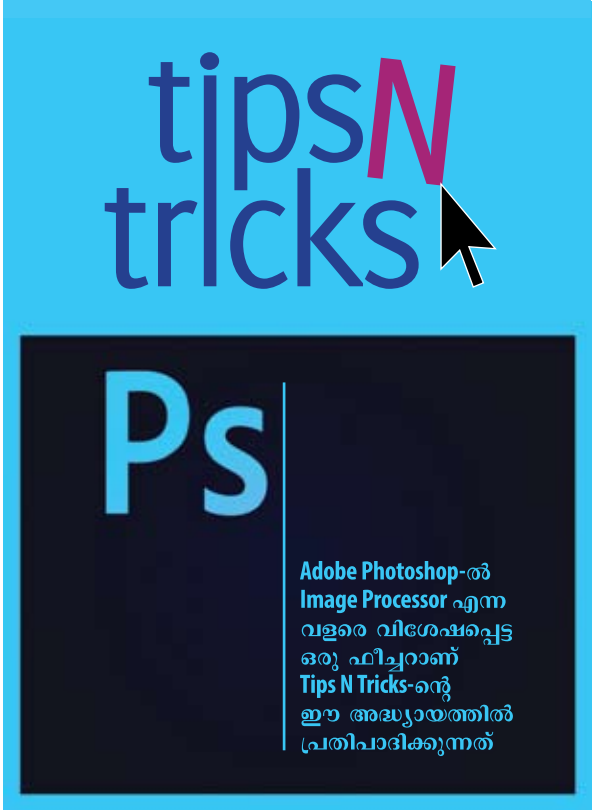
Height: 182 cm  
eye color : Black  
Model Code: 12/2015



Want to be a Model in Advertising

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക. effectiveadcom@gmail.com, Ph: 08593 998705





Adobe Photoshop-ൽ ഒരു Folder-ൽ ഉള്ള ഒരു കൂട്ടം Images ഒരു Single Command-ൽ Image Size കുറച്ച് മറ്റൊരു Folder-ൽ Save ചെയ്യുന്നതിന് ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ഒരു ഫീച്ചറാണ് 'Image Processor'. File>Scripts>Image Processor. (See Picture 1). സോഷ്യൽ മീഡിയകളിൽ

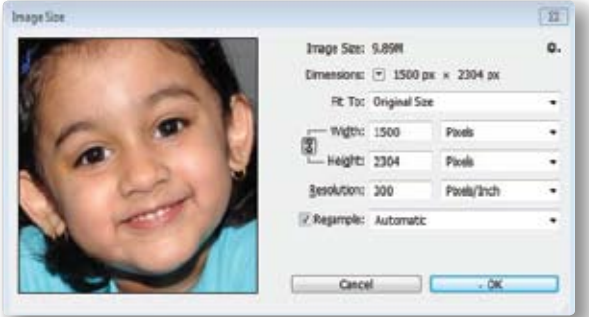


Picture 1. Image Processor Menu

ആൽബംസ് ക്രിയേറ്റ് ചെയ്യുന്നതിനോ ഒരു Product Photography യ്ക്ക് ശേഷം അതിന്റെ Thumbnails തയ്യാറാക്കുന്നതിനോ ഗ്രൂപ്പ് ആയി Email അയക്കുന്നതിനോ Digital Albums നർമ്മിക്കുന്നതിനോ അങ്ങനെ 'Image Processor' എന്ന ഈ ഫീച്ചറിന്റെ സാദ്ധ്യതകൾ അനവധിയാണ്. ഇത് ചെയ്യുന്നതിന് ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ ഒരു Expert ആവണമെന്ന് നിർബന്ധമില്ല.

▼ Designer's Corner  
തയ്യാറാക്കിയത് ടി. കെ. വിൽസൺ  
tkwill2son@gmail.com

ആദ്യമായി ഒരു Original Image open ചെയ്ത് Image Size (Pixel Ratio) എത്രവരെ കുറയ്ക്കണമെന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തുക. (Image>Image Size. See Picture 2). തുടർന്ന് File>Scripts>Image Processor എടുക്കുക. ആദ്യം Original Images സേവ് ചെയ്തിരിക്കുന്ന ഫോൾഡർ സെലക്ട് ചെയ്യുക. (Picture 1-ൽ കാണിച്ചിരിക്കുന്ന Yellow Boxes പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധിക്കുക). അതിനുശേഷം "Save in Same Location" സെലക്ട് ചെയ്യുക. (Original Images സേവ് ചെയ്തിരിക്കുന്ന ഫോൾഡറിനകത്ത് മറ്റൊരു ഫോൾഡർ തുറന്ന് അതിനകത്തായിരിക്കും ഈ Resize ചെയ്യുന്ന ഇമേജസിനെ സേവ് ചെയ്യുക. അതിനാൽ Original Images-നെ overwrite ചെയ്യുന്നതുമല്ല!) അടുത്തതായി "File Type" ആണ്. JPEG, PSD, TIFF എന്നീ ഫോർമാറ്റുകളിൽ ഒരേ സമയം സേവ് ചെയ്യാവുന്നതാണ്! ഇവിടെ മേൽ സൂചിപ്പിച്ച ആവശ്യങ്ങൾക്ക് JPEG ആണ് യോജിച്ചത്. ആയതിനാൽ JPEG സെലക്ട് ചെയ്യുക.



Picture 2. Image Size Menu

Quality 5 അല്ലെങ്കിൽ 7 വരെ കൊടുക്കാവുന്നതാണ്. ഇനി "Resize to Fit" സെലക്ട് ചെയ്യുക. ഇവിടെ W, H എന്നീ കോളങ്ങൾ കാണാം. ഇതിൽ ആദ്യം Fix ചെയ്ത Pixel Ratio Amount ടൈപ്പ് ചെയ്യുക. W, H എന്നിവയിൽ ഒരേ Amount തന്നെ ടൈപ്പ് ചെയ്യാവുന്നതാണ്. എന്നാൽ ഏതാണോ കുടിയ വശം അതായിരിക്കും ഫോട്ടോഷോപ്പ് ഫിക്സ് ചെയ്യുന്നത്. അതിന് Proportionate ആയി മറേവശവും Fix ചെയ്യുന്നതായിരിക്കും. "Save as PSD", "Save as TIFF" എന്നിവ തൽക്കാലം സെലക്ട് ചെയ്യുന്നില്ല. ഏറ്റവും താഴെ "Preferences" -ൽ 'Run Action' കാണാവുന്നതാണ്. ഫോട്ടോഷോപ്പിൽ 'Actions' ഉപയോഗിച്ച് Image Process ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഫീച്ചറാണിത്.

അവസാനമായി വലതുവശത്ത് മുകളിൽ "Run" ക്ലിക്ക് ചെയ്യുക. ഇപ്പോൾ ഈ മെനു Close ചെയ്യുകയും Original Images ഓരോന്നായി തുറന്ന് Image Size കുറയ്ക്കാൻ തുടങ്ങുകയും ചെയ്യുന്നു. ഇമേജസിന്റെ എണ്ണത്തിനനുസരിച്ച് അതിനുള്ള സമയമെടുക്കുന്നത് കാണാം. അവസാനിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ഒറിജിനൽ ഫോൾഡറിനകത്ത് ഒരു JPEG folder കാണാൻ കഴിയും. അതിനകത്താണ് size reduce ചെയ്ത Images മുഴുവനും സേവ് ചെയ്തിരിക്കുന്നത്. വേണമെങ്കിൽ ഓരോന്നും തുറന്ന് Image Size ഉറപ്പ് വരുത്താവുന്നതാണ്.

Photoshop, InDesign, Illustrator എന്നിവയുടെ മലയാളത്തിലുള്ള Advanced Video Tutorials കാണുന്നതിനായി താഴെ കാണുന്ന YouTube Channel സന്ദർശിക്കുക, subscribe ചെയ്യുക, അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്തുക.

<https://www.youtube.com/c/WilsonKunjan>

# Attn: NURSES & PHARAMACISTS



## NCLEX-RN or HAAD : CHAZ is the best

Join the hundreds of student nurses who have taken advantage of the outstanding coaching at CHAZ. This is not only an NCLEX preparation course. Move your career forward with progressive nursing concepts.

**NCLEX-RN**  
**CRNE**  
**DHA**  
**MOH** (Ministry of Health)  
**HAAD** (Health Authority of Abu Dhabi)  
**PHARMACOLOGY**  
**LAW IN PHARMACY**

## COACHING FOR PHYSIOTHERAPIST

Chaz professionals, the experience of 15 years in the industry also provides coaching for Physiotherapist and their exam scheduling.  
**Hurry join us & achieve a fabulous future...!**

To get a passing score in your NCLEX / RN and HAAD / MOH Exam you need a perfect guidance in the subject. Chaz offers you the best coaching on the above exams.

- Exam taking strategies and tips from subject experts and RNs
- Specifically designed courses with updated materials
- Proven records on the exam track with hundreds of RN / HAAD / MOH passed candidates
- Well experienced team of Nursing Faculty
- Hostel Facility

New batch for NCLEX / RN / MOH / HAAD and CRNE starts first week of every month

## COACHING FOR PHARMACISTS & ASST. PHARMACISTS

CHAZ Professional Services offers excellent coaching for the candidates preparing for

HAAD

MOH

DHA

Exams in Gulf Countries

Pharmacology

Written and Oral Exams

Admission on all Mondays

**No.1** Trusted agency for NCLEX-RN Registration

Chaz Managed by: Mrs. Elizabeth Christy Bsc, Bsn, MA, PG Dip (RN) CCRN of Duke University USA

Application assistance to all Nursing Boards in U.S.A.

**CHAZ PROFESSIONAL SERVICES**  
H.O. Arafa Tower, V<sup>th</sup> Floor, Near SBT Main Branch, Thirunakkara, Kottayam-1  
Ph: 0481-2300396 / 380, 99468 59475 e-mail: [chaz\\_ktm@yahoo.com](mailto:chaz_ktm@yahoo.com)  
Door No. CC 46/1200, N.H. Bypass Road, Vyttila Jn. Cochin- 682 016  
Ph: 0484-4015393, 7356589787  
[www.chazusa.in](http://www.chazusa.in)



# കൂടുതൽ സ്മാർട്ടാകുന്ന സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾ

പുതിയ കണ്ടുപിടുത്തങ്ങളോടൊപ്പം പുതിയ ഉല്പന്നങ്ങളും ദിനംപ്രതി ഉണ്ടാകുന്നു. ഈ മാറ്റം ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രകടമാകുന്ന മേഖലയാണ് സ്മാർട്ട് ഫോണുകൾ. ഏറ്റവും പുതിയതായി വിപണിയിലെത്തുന്ന ഏതാനും മോഡലുകളെ പരിചയപ്പെടുകയാണ് ഇവിടെ.



## Asus Zenfone Selfie

Display	- 5.5 inches
Primary Camera	- 13 megapixel
Secondary Camera	- 13 megapixel
Resolution	- 1080 x 1920 pixels
RAM	- 3GB
OS	- Android OS, v5.0 (Lollipop)
Storage	- 16 GB
Expandable storage up to	- 64 GB
Battery capacity	- Li-Po 3000 mAh
Expected Price.	- 15,999/-



## Motorola Moto X Play

Display	- 5.5 inches
Processor	- 1.5GHz
Primary Camera	- 21 MP
Secondary Camera	- 5 MP
Resolution	- 1080 x 1920 pixels
RAM	- 2 GB
OS	- Android OS, v5.1.1 (Lollipop)
Storage	- 16 GB
Expandable storage up to	- 128 GB
Battery capacity	- 3630 mAh
Expected Price.	- 20,000/-



## Huawei P8max

Display	- 6.8 inches
Primary Camera	- 13 MP
Secondary Camera	- 5 MP
Resolution	- 1080 x 1920 pixels
RAM	- 3 GB
OS	- Android OS, v5.0.2 (Lollipop)
Storage	- 64 GB
Battery capacity	- 4360 mAh
Expandable storage up to	- 64 GB
Expected Price.	- 36,599/-



GOWN

**costume reations**  
Red net and dark shining silk cream color.



FROCK

**costume reations**

Rose china silk and whiterow cotton.



FORK

**costume reations**  
Half blouse: Dark blue velvet, silver color decorative  
Long skirt: china silk, navi blue and dark blue

LONG SKIRT AND HALF BLOUSE



**costume reations**

Orange net, dark blue velvet, sky blue and dark yellow fur.

DESIGNER

Junitha.M.M

Smruthy college of IT, Thrissur



# Brand new cheating!

"We'll celebrate Onam in October." That sounds crazy, you'd think. But Malayalees living abroad don't think so.

Some social organizations in the Gulf celebrate the harvest festival long after Maveli wraps up his annual visit. I agree that festivals are symbolic and celebration is a state of mind. But I'm one of those who still think seasonal festivals should take place in the respective seasons. Taking liberties with the timing of Onam, for whatever reason, is cheating on the true spirit of that cultural event.

It's not non-resident Malayalees alone who place convenience over convention. Those living in the real land of the legendary king also wink at certain trendy ways of cheating. For instance, most of us have no qualms about scooping up Onasadya from a factory-fresh replacement for the naturally fresh green plantain leaf. We don't mind Mavelis flaunting plastic umbrellas instead of those made of palm fronds. We let our children make stunning displays of Pookkalam with surrogate flower fill-ins.

Of course these are handy products, even reusable. But my question is: don't these alternatives alter the concept of Onam to distorted levels? If I were to create an ad for the artificial banana leaf, I could logically prove that it's a better choice than the real leaf. And in a couple of years the real leaf could be totally obliterated, making kids of the next generation think that the fake is the real. It'll be a professional success. But won't I then be promoting 'cheating' the very lack of which is the core idea of Onam?

Cheating is considered okay these days: in dating, in dieting, in our daily lives. And the market for its part offers a raft of products that aid cheating. Rubber nipples attached to fancy bottles have totally or partially replaced mama's natural 'milk dispensers'. Hungry, unsuspecting babies may take them for real or may not cry foul fearing privation! Then there's the hair

## the other truth

So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 25 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.



So Mie

darkening goo, which helps grandpas regain their long-lost confidence. Scratch beneath the surface and you'll detect cheating behind many products and practices around us.

Cheating at exams is nothing new. In my student days I used to marvel at the creativity and dexterity with which some of my peers hid and copied answers. I even thought they deserved recognition for their brave and formidable efforts. But times have changed. Cheating in exam halls is now technology-enabled. No more scraps of paper hidden under the underwear! There's a



smart range of teeny-weeny cheating aids available to the rich and the well-connected. Integrated devices complete with cameras, micro chips, microphones and transmitters! All what the cheating student has to do is feed the questions into these devices that are hidden on his body or clothes. And the correct answers will instantly stream in from reliable sources!

This poses a troubling question to advertising professionals. If the manufacturers of exam cheating devices approach us for our strategic and creative services to promote their products, how will we respond? Products are products, and these ones make a unique value proposition. They're a big help to the differently competent student community! And there's a huge market out there.

I bet most of us will fall for the lure. We may even push clients to open exclusive shops that sell brand new cheating tools. Ethics, as always, will be asked to wait!



Price starts @ 7.03 lakhs\*



Price starts @ 4.36 lakhs\*



Price starts @ 5.46 lakhs\*



Price starts @ 7.64 lakhs\*

**Exchange Facility | Attractive Finance Schemes**

Sales Helpline  
**98477 34444**

**Vision Honda**

Nattakom, Kottayam. Ph: 0481 2861149 - 52  
[www.visionhonda.com](http://www.visionhonda.com)

**SUNDAY  
OPEN**





ഓൺ ലൈവ്...

സരളം...

സമഗ്രം...

സർവ്വസമ്മതം...

പ്രചാരത്തിൽ മലയാളത്തിൽ മൂന്നാം സ്ഥാനമുള്ള  
ദേശാഭിമാനി ഉള്ളടക്കത്തിലും മനപങ്കെടുപ്പാതിരുന്നതിലും  
സമഗ്രതയിലും എറെ മുന്നിലാണ്.



മനസ്സുറയങ്ങളിൽ ഒന്നാമത്. ഒരു കോപ്പിക്ക് എറ്റവുമധികം വായനക്കാർക്ക്

**ദേശാഭിമാനി**

വിശാലം, സമഗ്രം, വസ്തുനിഷ്ഠം.

[www.deshabhimani.com](http://www.deshabhimani.com)